



UHASSELT

KNOWLEDGE IN ACTION

Faculteit Bedrijfseconomische Wetenschappen

master in de toegepaste economische wetenschappen

Masterthesis

De sociaal-economische impact van sportevenementen

Kristof Smolders

Scriptie ingediend tot het behalen van de graad van master in de toegepaste economische wetenschappen, afstudeerrichting accountancy en financiering

PROMOTOR :

Prof. dr. Lode VEREECK

BEGELEIDER :

Mevrouw Leentje SOURBRON



UHASSELT

KNOWLEDGE IN ACTION

www.uhasselt.be
Universiteit Hasselt
Campus Hasselt:
Martelarenlaan 42 | 3500 Hasselt
Campus Diepenbeek:
Agoralaan Gebouw D | 3590 Diepenbeek

2016
2017



Faculteit Bedrijfseconomische Wetenschappen

master in de toegepaste economische
wetenschappen

Masterthesis

De sociaal-economische impact van sportevenementen

Kristof Smolders

Scriptie ingediend tot het behalen van de graad van master in de toegepaste economische wetenschappen,
afstudeerrichting accountancy en financiering

PROMOTOR :

Prof. dr. Lode VEREECK

BEGELEIDER :

Mevrouw Leentje SOURBRON

Woord vooraf

Het onderwerp van deze thesis is een combinatie van mijn twee grootste interessevelden: economie en sport. Ik wil in de eerste plaats dan ook de UHasselt bedanken voor het mogen uitdiepen van mijn eigen onderwerp. Daarnaast wil ik Prof. Dr. Lode Vereeck bedanken voor het begeleiden van mijn thesis. Hij wist op de juiste momenten een duwtje in de rug te geven en goede feedback aan te leveren.

Ook de Koninklijke Belgische Wielerbond heeft een belangrijk aandeel in het verwezenlijken van deze thesis. Dankzij de contacten aangeleverd door Kris Sommerijns had ik de mogelijkheid om verschillende personen te spreken omtrent het Belgisch Kampioenschap Wielrennen.

Tenslotte zou ik graag mijn ouders en vriendin bedanken die mij gedurende mijn schoolcarrière onvoorwaardelijk hebben gesteund. Aan iedereen een welgemeende bedankt.

Kristof Smolders

20/08/2017

Samenvatting

Nadat België en Nederland in 2000 succesvol het Europees Kampioenschap voetbal organiseerden, stelden beide landen zich samen kandidaat voor het Wereldkampioenschap voetbal van 2018/2022. Hoewel ze niet werden gekozen, spendeerden ze maar liefst €9 miljoen aan hun bid. Gastlanden beargumenteren en verantwoorden hun kandidaturen voor grote sportevenementen vaak met de potentiële positieve maatschappelijke impact die gepaard gaat met de organisatie. De economische voordelen zouden enorm zijn. Met behulp van verkennende studies proberen ze de bevolking/belastingbetalers te overtuigen van de mogelijkheden.

In het eerste gedeelte van deze thesis wordt nagegaan wat voor landen de drijfveer is om zich kandidaat te stellen. Worden de potentiële effecten gerealiseerd of zijn ze overschat? Een literatuurstudie van de Olympische Spelen en het Wereldkampioenschap voetbal brengt de verschillende (positieve en negatieve) impacts in kaart. Hieruit blijkt dat grote sportevenementen zelden de beloofde effecten verwezenlijken. Vaak liggen *ex ante* en *ex post* studies ver uit elkaar. Het grootste probleem is het onderschatten van de kosten en het overschatten van de baten. Hierdoor wordt eerst de perceptie gecreëerd van een succesvol evenement, terwijl de resultaten uiteindelijk een economische kater kunnen achterlaten. Op korte termijn worden er door enkele studies positieve effecten gevonden, voornamelijk op gebied van tewerkstelling. In de literatuur zijn er echter geen bewijzen van positieve effecten op lange termijn. Wanneer ook de kostenzijde wordt bekeken kan er geconcludeerd worden dat de potentiële impact kritisch bekeken moet worden.

Naast de Olympische Spelen en het WK voetbal zijn er natuurlijk nog andere, kleinere, sportevenementen. Het is dan ook interessant om na te gaan of hiervoor dezelfde conclusies kunnen worden doorgetrokken naar deze evenementen. Een eerste stap naar de maatschappelijke analyse van sportevenement zal gebeuren aan de hand van een maatschappelijke kosten-batenanalyse. De maatschappelijke kosten-batenanalyse is het onderwerp van het tweede deel. Het wat en waarom zullen hier worden uitgediept en ook een stappenplan zal hier worden aangereikt. Een maatschappelijke kosten-batenanalyse is immers noodzakelijk bij het aanvragen van subsidies en steun van de overheid. Enkel indien er een maatschappelijke return wordt gerealiseerd zal het verantwoord zijn om belastinggeld te gebruiken voor het ondersteunen van sportevenementen.

In het derde deel volgen twee cases die onderzoek doen naar de maatschappelijke effecten van sportevenementen in België. De eerste case vormt een inleidend onderzoek naar de impact van een Belgisch Kampioenschap wielrennen voor een gemeente of stad. Hoewel er individuele studies per evenement nodig zijn om de precieze impact te berekenen, tracht deze studie een eerste stap te zetten door een algemeen, gemiddeld beeld te schetsen. Hierbij wordt uitgegaan van verschillende scenario's. De focus ligt voornamelijk op het berekenen van de maatschappelijke baten, zodat gemeentes en steden dit kunnen afzetten tegenover hun eigen kosten. Vertoont een Belgisch Kampioenschap wielrennen dezelfde karakteristieken als de Olympische Spelen of het WK voetbal? Of zijn er toch andere aspecten die een rol spelen? Op basis van het gevoerde onderzoek kan een gemeente op verschillende manieren baten realiseren. Deze baten kunnen rechtstreeks aan de organisatie toekomen of via de maatschappij een surplus betekenen. Zo zullen de extra bestedingen van de bezoekers niet rechtsreeks aan het gemeentebestuur toekomen, maar betekenen ze wel een boost voor de lokale economie. Het zorgvuldig afwegen van de kosten met de realiseerbare baten zal dan ook een cruciale factor zijn voor het succesvol organiseren van een Belgisch Kampioenschap wielrennen. Het organiseren van sportevenementen op kleinere schaal heeft een belangrijk voordeel. Kleinere evenementen hebben minder te maken met een machtige, betuttelende sportfederatie en kunnen dus met meer vrijheid werken. Deze vrijheid is ook terug te vinden in de resultaten en de potentiële voordelen. Het organiseren van een Belgisch Kampioenschap kan dan ook, mits de juiste doelstellingen, positief zijn voor een gemeente of stad. Tot slot werden twee enquêtes toegevoegd die een hulp kunnen zijn voor gemeentes en steden die de impact van hun Belgisch Kampioenschap wielrennen willen onderzoeken. De tweede case behandelt de Motorcross der Naties van 2012 in Lommel. Aan de hand van een begroting werd er een aanvraag ingediend voor subsidies. Deze begroting zal worden toegelicht en verder worden aangevuld met de elementen die noodzakelijk zijn voor een maatschappelijke kosten-batenanalyse. Op basis van een begroting kan er immers geen correcte beleidsbeslissing genomen worden. Subsidies zijn belastinggeld van de samenleving het is dus noodzakelijk om alle effecten op de samenleving in kaart te brengen en zo goed mogelijk tegen elkaar af te wegen. De twee behandelde cases hebben een gebrek aan onderzoek en transparantie duidelijk gemaakt naar de maatschappelijke effecten van sportevenementen. Tijdens het onderzoek werden verschillende Vlaamse edities van het Belgisch Kampioenschap wielrennen en de organisatie van het Wereldkampioenschap BMX in Zolder gecontacteerd voor het verkrijgen van cijfers. Het antwoord was dat er ofwel geen gegevens beschikbaar waren of dat deze niet werden vrijgegeven. Anders dan in

Nederland, waar maatschappelijke kosten-batenanalyses frequent uitgevoerd worden en publiek beschikbaar zijn, is er in België nog een grote stap te zetten. Meer transparantie kan alleen maar goed zijn om tot betere beslissingen te komen en de steun van de samenleving, die uiteindelijk betaald, te krijgen.

Inhoudsopgave

WOORD VOORAF	3
SAMENVATTING	5
INHOUDSOPGAVE	9
1 SPORTECONOMIE	13
1.1 DEFINITIE EN ONTWIKKELING VAN SPORTECONOMIE	13
1.2 MACRO-ECONOMISCHE ANALYSE	14
1.2.1 DEFINITIE VAN SPORT	15
1.2.2 SPORT SATELLITE ACCOUNT (SSA)	16
1.2.3 BELGIË.....	17
2 ONDERZOEK NAAR GROTE SPORTEVENEMENTEN.....	19
2.1 DE OLYMPISCHE ZOMERSPELEN EN HET WERELDKAMPIOENSCHAP VOETBAL	20
2.1.1 VERSCHIL TUSSEN DE OLYMPISCHE SPELEN EN HET WERELDKAMPIOENSCHAP VOETBAL	20
2.2 ONDERZOEKSVRAGEN	21
2.3 SOORTEN ONDERZOEK	22
2.3.1 EX ANTE OF EX POST IMPACTSTUDIES.....	22
2.3.2 KOSTEN-BATENANALYSE	23
2.4 POSITIEVE & NEGATIEVE EFFECTEN.....	23
2.4.1 POSITIEVE EFFECTEN	24
2.4.1.1 Economische effecten.....	24
2.4.1.1.1 Toerisme	24
2.4.1.1.1.1 Korte termijn.....	24
2.4.1.1.1.2 Lange Termijn	26
2.4.1.1.2 Werkgelegenheid.....	27
2.4.1.1.3 Handel en investeringen	28
2.4.1.2 Niet-economische effecten.....	29
2.4.1.2.1 Feel-Good effect	29
2.4.1.2.2 Sportparticipatie	31
2.4.2 NEGATIEVE EFFECTEN.....	31
2.4.2.1 Korte termijn kosten.....	32
2.4.2.1.1 Bid.....	32
2.4.2.1.2 Infrastructuur.....	33
2.4.2.1.3 Beveiliging.....	34
2.4.2.1.4 Ceremonies.....	34
2.4.2.1.5 Verstoring economische activiteit	35
2.4.2.2 Lange termijn kosten	36
2.4.2.2.1 Schulden	36
2.4.2.2.2 White Elephants.....	36
2.4.3 NIET BESPROKEN EFFECTEN	37
2.5 OVERZICHT IMPACTSTUDIES	38
2.5.1 WERKGELEGENHEID	38
2.5.2 BBP.....	38
2.6 ANTWOORDEN OP ONDERZOEKSVRAGEN	42
2.7 CONCLUSIE	44

3	KOSTEN-BATENANALYSE	47
3.1	DEFINITIE VAN EEN KOSTEN-BATENANALYSE.....	47
3.2	GEbruIK VAN EEN MKBA	48
3.2.1	SOORTEN MKBA	48
3.2.1.1	Ex ante of ex post MKBA.....	48
3.2.1.2	Partiële of integrale MKBA.....	48
3.2.2	MAATSCHAPPELIJK STANDPUNT	49
3.3	STAPPENPLAN EN CONCEPTEN VAN EEN MKBA	49
3.3.1	OMSCHRIJF DE VERSCHILLENDE ALTERNATIEVEN	50
3.3.2	KIES EEN STANDPUNT	50
3.3.3	CATALOGEER DE IMPACTS EN KIES MEETINDICATOREN	50
3.3.4	VOORSPEL EN KWANTIFICEER DE EFFECTEN OVER DE LEVENSDUUR VAN HET PROJECT	51
3.3.5	GEEF EEN GELDWAAARDE AAN DE VERSCHILLENDE IMPACTS	51
3.3.5.1	Shadow prices	52
3.3.5.1.1	Willingness to pay	52
3.3.5.1.2	Opportunitetskosten.....	52
3.3.6	VERDISCONTEER DE KOSTEN EN BATEN NAAR HETZELFDE TIJDSTIP.....	52
3.3.7	BEREKEN DE NETTO CONTANTE WAARDE (NCW)	53
3.3.8	VOER EEN SENSITIVITEITSANALYSE UIT	54
3.3.9	MAAK AANBEVELINGEN OP BASIS VAN DE NCW EN SENSITIVITEITSANALYSE	54
4	ONDERZOEK NAAR SPORTEVENEMENTEN IN BELGIË	55
4.1	BELGISCH KAMPIOENSCHAP WIELRENNEN.....	55
4.1.1	BATEN.....	56
4.1.1.1	Bezoekers.....	56
4.1.1.1.1	Bezoekersaantallen.....	57
4.1.1.1.2	Gemiddelde besteding door bezoekers	59
4.1.1.1.2.1	VIP's	61
4.1.1.1.2.2	Overnachtingen	62
4.1.1.1.3	Renners, entourage en media.....	63
4.1.1.1.4	Inkomsten tickets.....	64
4.1.1.1.5	Totaal bezoekers.....	65
4.1.1.2	Sponsoring	66
4.1.1.3	Tv-rechten.....	68
4.1.1.4	Citymarketing.....	68
4.1.1.5	Beleving inwoners.....	69
4.1.1.6	Promoten sport.....	71
4.1.1.7	Totaal baten.....	72
4.1.2	KOSTEN	73
4.1.3	BEPERKINGEN	74
4.1.4	ENQUÊTE	75
4.1.5	CONCLUSIE.....	80
4.2	MOTORCROSS DER NATIES 2012 TE LOMMEL	83
4.2.1	WAT IS DE MOTORCROSS DER NATIES.....	83
4.2.2	BEGROTING LOMMEL 2012	84
4.2.2.1	Kosten	86
4.2.2.1.1	Handelsgoederen, grond- en hulpstoffen.....	86
4.2.2.1.2	Diensten en diverse goederen	87
4.2.2.1.3	Andere bedrijfskosten.....	90
4.2.2.1.4	Financiële kosten	90
4.2.2.2	Opbrengsten	90

4.2.2.2.1 Omzet	90
4.2.2.2.2 Subsidies	91
4.2.2.3 Resultaat	92
4.2.3 MAATSCHAPPELIJKE KOSTEN-BATENANALYSE.....	92
4.2.3.1 Kosten	93
4.2.3.1.1 Hinder lokale samenleving.....	93
4.2.3.1.2 Milieuvervuiling	94
4.2.3.1.3 Veiligheid	95
4.2.3.2 Baten.....	95
4.2.3.2.1 Toerisme	95
4.2.3.2.2 Mediawaarde.....	96
4.2.3.2.3 Infrastructuur.....	97
4.2.3.2.4 Beleving inwoners.....	98
4.2.4 CONCLUSIE.....	98
BIBLIOGRAFIE.....	100

1 Sporteconomie

Sinds lange tijd maakt sport deel uit van het leven. De Oude Grieken introduceerden de Olympische Spelen. Ook vandaag blijft sport een belangrijk deel van onze tijdsbesteding. Gemiddeld besteden Vlaamse gezinnen €1.524 per jaar aan sport (Scheerder et al., 2013). Indien hier nog tickets voor wedstrijden, tv-abonnementen en dergelijke bij worden opgeteld, dan kan geconcludeerd worden dat sport prominent aanwezig is in de economie. Sport is dan ook meer en meer “big business” geworden. Een studie van Ernst & Young concludeert dat in het seizoen 2013/14 de Premier League (Engelse eerste klasse voetbal) een bijdrage van maar liefst £3,4 miljard had in het Bruto Binnenlands Product (BBP) van het Verenigd Koninkrijk (Ernst & Young LLP, 2015). Daarnaast werd voor de tv-rechten van de Olympische Spelen in Rio maar liefst US\$4 miljard neergeteld (Chapman, 2016). Een studie omtrent de effecten van een sportevenement is onvolledig zonder de basis van sporteconomie te bespreken. Het is dan ook belangrijk om kort na te gaan hoe de sporteconomie een tak op zich is geworden en aan belang heeft gewonnen. Een diepere kijk op de macro-economische aspecten van de sporteconomie zal een startpunt bieden om de economische impact van sportevenementen te analyseren.

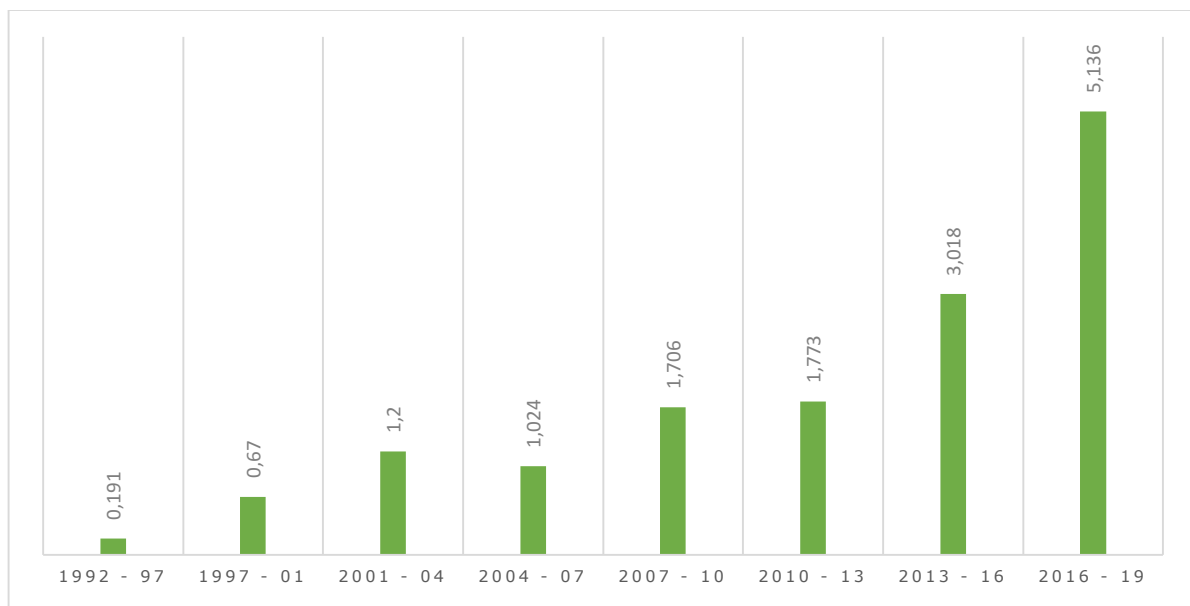
1.1 Definitie en ontwikkeling van sporteconomie

Bij het overlopen van de geschiedenis van de sporteconomie is er voornamelijk onderzoek vanuit Amerika. Deze Amerikaanse onderzoeken richten zich hoofdzakelijk op de economie van de professionele ploegsport. De paper van Simon Rottenberg in 1956 is de start van onderzoek binnen de sporteconomie. Simon Rottenberg behandelde in zijn studie de arbeidsmarkt in het honkbal en beschreef een competitie als een economisch product. In Europa is er eerder onderzoek naar het recreatiesportbeleid en de overheidsuitgaven die hiermee gepaard gaan (Kesenne, 2012). Gezien de geringe geldstromen in de sport en het vrijetijds karakter was er in eerste instantie weinig interesse in de sporteconomie. Ten gevolge van globalisering en een stijgende koopkracht kwam hier echter verandering in. Het potentieel van de vrijetijdsindustrie steeg enorm. Dit gestegen potentieel heeft ertoe geleid dat de vrijetijdssector werd geprofessionaliseerd (Dejonghe, 2015a). Onder druk van deze professionalisering en de commercialisering van sport is er meer aandacht voor de samenhang tussen sport en economie. Daarnaast heeft het gestegen potentieel de laatste jaren ook de vraag naar meetbaarheid met zich meegebracht. Het bepalen van return on investment, het financieren van sportinfrastructuur en de economische impact van sportevenementen zijn slechts enkele

voorbeelden van de brede waaier aan nieuwe inzichten waar vraag naar is. Deze verandering in focus heeft ertoe geleid dat meer en meer aandacht naar onderzoeken in de sporteconomie gaat.

De kruisbestuiving tussen sport, media, bedrijfsleven en overheid zorgt ervoor dat er steeds meer geldstromen in de sporteconomie omgaan. De hallucinante bedragen die vandaag de dag te lezen zijn in de media over sponsordeals en transferprijzen zijn slechts een reflectie van de waarde van de hedendaagse sporteconomie. Indien er bijvoorbeeld gekeken wordt naar de evolutie van de waarde van de tv-rechten van de Engelse Premier League, de beroemdste nationale voetbalcompetitie ter wereld, is er een stijging van £191 miljoen voor 5 seizoenen in 1992 naar £5,136 miljard voor 3 seizoenen in 2016. Per seizoen zijn voor 2016-2019 de tv-rechten van de competitie dus maar liefst 45 keer meer waard dan in 1992-1997.

Grafiek 1: Evolutie tv-inkomsten Premier League in miljard £



Bron: (BBC, 2015)

1.2 Macro-economische analyse

Het toegenomen belang van de sportsector resulteert in meer onderzoeken naar de effectieve impact van de sporteconomie op de nationale of internationale economie. Studies proberen het aandeel van de sporteconomie in het totale Bruto Binnenlandse Product (BBP) te schetsen. Landen gebruiken deze informatie om hun beleid aan te passen en in te spelen op mogelijkheden. Trudo Dejonghe waarschuwt voor een onderschatting van de bijdrage die de

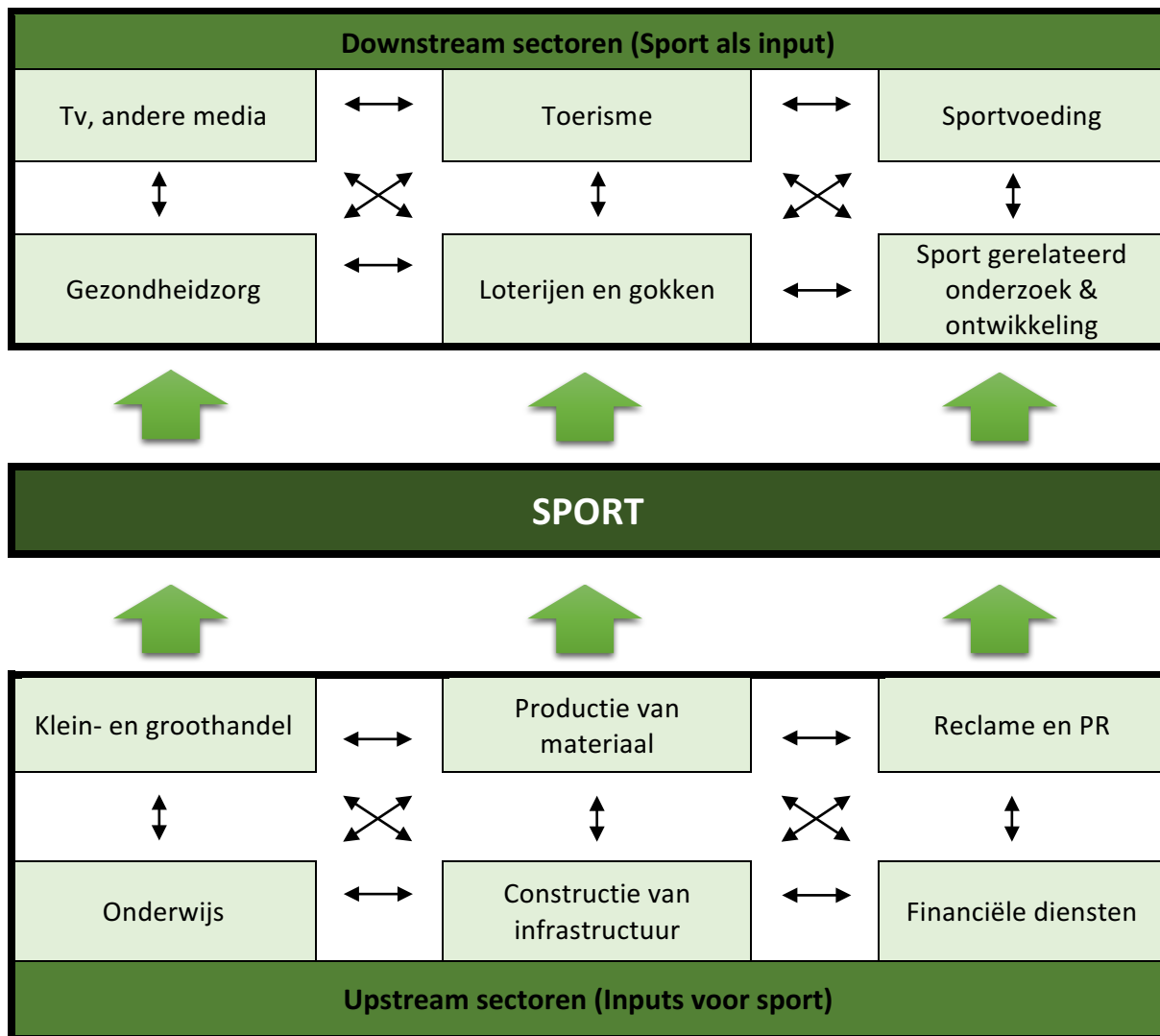
sporteconomie volgens deze studies heeft. Hij wijst op vier gebieden waar men de economische activiteit van kan onderschatten: sporttoerisme, sportparticipatie, sportevenementen en de vrijwilligerssector (Dejonghe, 2015a). De moeilijkheid ligt voornamelijk bij het feit dat er geen of weinig betrouwbare informatie voorhanden is. Dit heeft als gevolg dat er een grote foutenmarge is die de resultaten zal beïnvloeden. Zo kan het negeren van de vrijwilligers in sportsector een vertekening geven van de effectieve bijdrage. Volgens een studie van de Europese Commissie uit 2012 werkt 7% van de Europese bevolking als vrijwilliger in de sportsector, voor België zou dit 9% zijn (European Commission, 2012). Gelet op dit hoge percentage heeft de vrijwilligerssector een aanzienlijke waarde. Het is belangrijk om een duidelijk beeld te schetsen van de omvang van de sporteconomie en zijn componenten om hier inzichten in te verwerven en zo het beleid hieraan aan te passen.

1.2.1 Definitie van sport

Ondanks de toegenomen aandacht voor de sporteconomie zijn er dus nog steeds onvoldoende betrouwbare gegevens voorhanden. Een tweede probleem wordt gevormd door de verschillende definities die er worden gegeven aan het domein sporteconomie. Door deze verschillende definities is het moeilijk om resultaten van verschillende landen te vergelijken. In 2006 werd dan ook door de Europese Commissie beslist om de rol van sport duidelijker te schetsen en een specifieke werkgroep op te richten, "Sport and Economics". Verdere stappen werden genomen in 2007 toen er in een Witboek als doel werd gesteld dat er een uniforme statistische methode van sport diende te worden geïmplementeerd door alle lidstaten van de Europese Unie (EU). De werkgroep "Sport and Economics" bakende in 2007 te Vilnius de definitie voor sport af. De Vilnius definitie zou de standaard worden om het belang van de sporteconomie in de EU te bepalen (Comission of the European Communities, 2007). De Vilnius definitie kan worden onderverdeeld in drie subcategorieën. De statistische definitie definieert sport zoals beschreven in CPA 2800 categorie 93.1 "Sporting services"; het gaat hier om de eigenlijke sportactiviteiten. Sport in de smalle definitie omvat de statistische definitie en alle goederen en diensten die nodig zijn om sport uit te oefenen, zogeheten inputs van sport. Als laatste behelst de brede definitie de twee voorgaande definities en komen daar nog alle goederen en diensten bij die een directe of indirecte relatie hebben met sport, zonder noodzakelijk te zijn om de sport te moeten uitoefenen (Commission, 2008). Onderstaande tabel geeft de precieze samenhang tussen de verschillende componenten en definities weer aan de productiezijde. De statistische definitie staat hier centraal met de upstream sectoreninputs als

uitbreiding voor de smalle definitie en de downstream sectoren als uitbreiding voor de brede definitie. Door middel van deze definities zal er éénduidigheid komen voor alle Europese landen waardoor het gemakkelijker wordt om de Europese sporteconomie in kaart te brengen en het beleid hierop af te stellen.

Figuur 1: Downstream en upstream sectoren van sport aan de productiezijde



Bron: (Commission, 2010)

1.2.2 Sport Satellite Account (SSA)

Een éénduidige definitie van sport was een eerste stap in de goede richting. Maar om de omvang van de sporteconomie te kennen dienen er kwaliteitsvolle gegevens beschikbaar te zijn. De Europese Commissie gaf de opdracht aan zijn lidstaten om werk te maken van een nationale rekening voor sport. Een nationale rekening bevat kwaliteitsvolle informatie over een bepaalde bedrijfstak of sector. Deze informatie behelst verschillende economische aspecten zoals

toegevoegde waarde, tewerkstelling, Dankzij deze informatie kan voor elke sector of bedrijfstak de toegevoegde waarde bepaald worden. Dit draagt bij tot een beter begrip van de economie van een land (NBB, 2014). De Europese Commissie wil dus eenzelfde informatie verzamelen voor de sportsector. Er dient gebruik te worden gemaakt van de Vilnius definitie zodat alle lidstaten eenzelfde definitie gebruiken. Indien er voldoende kwalitatieve informatie beschikbaar is, kan deze gebruikt worden voor het opstellen van een Europese sport satellite account (SSA). In april 2016 waren er reeds 7 landen binnen de EU die een nationale SSA hadden afgewerkt. Een van de redenen waarom het moeilijk is voor landen om een volwaardige SSA op te stellen, is het gebrek aan data buiten degenen die voorhanden zijn van Eurostat en nationale instituten voor statistiek. Met de beschikbare informatie kan een schatting gemaakt worden, maar om een functionele SSA te ontwikkelen zijn er gedetailleerde data nodig. Deze zijn vaak moeilijk te verkrijgen en kunnen ook kostelijk zijn. Omwille van deze obstakels blijven de lidstaten achter in het ontwikkelen van een SSA. De Europese Commissie wil dan ook deze lidstaten motiveren met impact studies, workshops, kenbaar maken van resultaten, etc. (European Commission, 2016).

1.2.3 België

De Europese Commissie onderzocht, in een poging tot het motiveren van hun lidstaten, de SSA's van alle lidstaten. Ze hopen dat het kenbaar maken van deze resultaten landen doet realiseren dat een uniforme databank van economische gegevens op gebied van sport noodzakelijk is. Ook voor België werd een inschatting van de SSA gemaakt.

De totale toegevoegde waarde en het aandeel van de verschillende definities staat in volgende tabel opgelijst. Voor de statistische definitie bekomt de Europese Commissie een waarde van €380 miljoen, of een bijdrage van 0,14% aan de toegevoegde waarde. De smalle definitie en brede definitie rapporteren een waarde van respectievelijk €2,27 miljard en €3,04 miljard. De smalle definitie heeft een bijdrage van 0,84% in de toegevoegde waarde en de brede definitie 1,13%. Met deze cijfers blijft België wel onder het Europese gemiddelde. De gerapporteerde waarden bevatten enkel de directe effecten. Indien de indirecte effecten in de berekening worden opgenomen zal een nog grotere waarde bekomen worden.

Tabel 1: Toegevoegde waarde van de verschillende definities van sport in het BBP in miljoen € en hun respectievelijk aandeel in het BBP

Definitie	Toegevoegde waarde (miljoen €)	Aandeel (%)	Gemiddeld aandeel voor Europa (%)
Statistische definitie	380	0,14	0,28
Smalle definitie	2.270	0,84	1,13
Brede definitie	3.040	1,13	1,76

Bron: (European Commission, 2012)

Voor de tewerkstelling in de sporteconomie liggen de cijfers tussen 10.336 en 71.416 personen voor respectievelijk de statistische en brede definitie. De brede definitie zou goed zijn voor 1,69% van de tewerkstelling in België. Ook voor tewerkstelling in de sporteconomie blijft België onder het Europese gemiddelde. Voor de cijfers van tewerkstelling zijn enkel de directe effecten in rekening gebracht.

Tabel 2: Bijdrage aan de tewerkstelling van de verschillende definities van sport en hun respectievelijk aandeel in de totale tewerkstelling

Definitie	Tewerkstelling (aantal personen)	Aandeel totale tewerkstelling (%)	Gemiddeld aandeel totale tewerkstelling voor Europa (%)
Statistische definitie	10.336	0,24	0,31
Smalle definitie	56.153	1,33	1,49
Brede definitie	71.416	1,69	2,12

Bron: (European Commission, 2012)

2 Onderzoek naar grote sportevenementen

In hun poging om het WK voetbal 2018/2022 naar de Lage Landen te halen betaalden België en Nederland ongeveer €9 miljoen (De Redactie, 2015). De keuze van de FIFA ging op december 2010 echter uit naar Rusland en Qatar. Helaas! Of is België gespaard gebleven van een financiële ramp? Kandidaturen van steden of landen voor het organiseren van grote sportevenementen sterken zich met positieve neveneffecten zoals stijgend toerisme, dalende werkloosheid, modernisering van de infrastructuur en verhoogde handel. Maar is het allemaal wel zo rooskleurig? Wegen de voordelen en opbrengsten op tegen de hoge kosten die zo'n evenement met zich meebrengt? Zijn de effecten ook op langere termijn nog aanwezig? Of wordt er te hard gefocust op het economische en moet er meer en meer gekeken worden naar het morele aspect? In de volgende pagina's wordt getracht een overzicht te geven van de verschillende aspecten en studies naar de impact van sportevenementen.

Aan de hand van een literatuurstudie zullen de voornaamste bevindingen uit de literatuur worden opgelijst. De focus zal hier voornamelijk liggen op de Olympische Spelen en het WK voetbal. Eerst wordt er een overzicht gegeven van de verschillende onderzoeksvragen die aan bod zullen komen. Vervolgens is er een kort overzicht van de verschillende soorten studies en hun karakteristieken, die hebben bijgedragen aan de literatuur. Daarna volgt de bespreking van de positieve factoren die worden ingedeeld in economische en niet-economische effecten. Nadien komen ook de negatieve effecten aan bod op zowel korte als lange termijn. Dit hoofdstuk wordt afgesloten met een samenvattende tabel die een overzicht geeft van de literatuur en een conclusie met antwoorden op de onderzoeksvragen.

Voor het zoeken van relevante wetenschappelijke artikels werden zoekmachines als Google Scholar en de (online) bibliotheek van de UHasselt geraadpleegd. Zowel algemene studies als specifieke studies werden geraadpleegd. De zoektermen waren onder andere de volgende: "economic", "social", "tourism", "employment", "safety", "infrastructure", "investment", "trade", etc. . Deze zoektermen werden dan gekoppeld aan een of meerdere van volgende termen: "impact", "olympic games", "world cup", "effects", "benefits", "costs", etc. . Een eerste selectie werd gemaakt op basis van het aantal vermeldingen dat een artikel of boek had in andere studies of onderzoeken. Daarnaast werd er naar de bekendheid van de auteur en uitgever gekeken. Zowel impactstudies als kosten-batenanalyses werden verkregen, maar hier

wordt verder op teruggekomen. De gevonden studies zullen de basis vormen voor de literatuurstudie beschreven in volgende pagina's.

2.1 De Olympische Zomerspelen en het Wereldkampioenschap voetbal

Tijdens de literatuurstudie naar de economische impact van sportevenementen zal er voornamelijk gefocust worden op de Olympische Zomerspelen en het Wereldkampioenschap voetbal. Hierop wordt gefocust om twee redenen. De eerste reden is dat dit de twee grootste sportevenementen ter wereld zijn. Andere evenement kunnen niet tippen aan de mondiale belangstelling van de Olympische Spelen of het WK voetbal. In 2006 keken wereldwijd maar liefst 715 miljoen mensen naar de finale van het WK voetbal in Duitsland. Over de 64 matches van datzelfde WK voetbal heen kwam men in totaal op 26 miljard kijkers. Naar de openingsceremonie van de Olympische Spelen in Beijing in 2008 keken 600 miljoen mensen. Indien dit vergeleken wordt met de Super Bowl van 2011 is er een duidelijk verschil merkbaar, hier werd een toeschouwersaantal van 111 miljoen bereikt (R. Baumann et al., 2011). Een tweede reden hiervoor is dat de meeste onderzoeken, rond de economische impact van sportevenementen, zich toespitsten op deze twee evenementen.

2.1.1 Verschil tussen de Olympische Spelen en het Wereldkampioenschap voetbal

De Olympische Spelen en het WK voetbal zijn beide sportevenementen maar toch zijn er ook verschillen. Deze verschillen dienen eerst besproken te worden vooraleer de onderzoeken nader bekeken worden. Een eerste onderscheid is het verschil in sporten. Het WK voetbal behelst logischerwijze maar één sport, namelijk voetbal. De Olympische Spelen daarentegen omvatten verschillende sporten. De locatie van de evenementen vormt het tweede verschil. Terwijl de Olympische Spelen zich voornamelijk afspelen in één stad, speelt het WK voetbal zich over een heel land af. Zo werden alle evenementen van de Olympische Spelen van 2016 afgewerkt in de regio van Rio. De enige uitzondering op deze regel waren de voetbalwedstrijden, die werden afgewerkt in nog vijf andere steden (Dailey & Marani, 2016). Het WK voetbal in Brazilië van 2014 daarentegen speelde zich af over het hele land. 12 steden mochten zich opmaken voor het organiseren van wedstrijden (FIFA, 2009).

2.2 Onderzoeksvragen

1. **Wat is de economische impact voor het organiserende land bij het organiseren van een sportevenement?**

Zal het evenement voldoende opbrengen zodat de kosten gedekt zijn en de belastingbetaler niet zal moeten opdraaien voor het geleden verlies? Het IOC en de FIFA steunen hun evenementen met een lijst van potentiële voordelen voor gastland of –stad (Zimbalist, 2016, p. 57). Slaagt het land erin om deze voordelen te benutten of zijn dit slechts loze beloftes? Het is noodzakelijk alle verschillende aspecten te bestuderen zodat er een volledig beeld en juiste economische afweging kan gemaakt worden.

2. **Wat zijn de economische verschillen op korte en lange termijn?**

Een sportevenement kan tijdens de periode van het evenement zorgen voor een opflakking in toerisme, maar is dit effect op langere tijd ook nog merkbaar? Zal het organiserende land door een meer positief imago ook op langere termijn meer toeristen lokken? Hoe worden de Olympische sites na het sportevenement gebruikt? Zullen ze na het evenement nog functioneel gebruikt worden of staan ze leeg en lopen de onderhoudskosten op lange termijn hoog op? Daarnaast zijn bepaalde zaken enkel op langere termijn meetbaar. Denk maar aan het toegenomen aantal sportverenigingen of lidmaatschappen. Het is dus belangrijk om niet alleen naar de korte periode van het evenement zelf te kijken, maar ook naar de jaren ervoor en erna. Enkel op die manier kan er een juist beeld geschetst worden van de socio-economische impact van het evenement.

3. **Zijn er bepaalde kritische factoren of randvoorwaarden voor een geslaagd sportevenement vanuit het oogpunt van een land?**

Welke criteria zijn noodzakelijk om een succesvol evenement te organiseren? Een eerste voorbeeld zou de aanwezigheid van een degelijke sportinfrastructuur kunnen zijn. Door reeds een basis te hebben zal er minder moeten worden geïnvesteerd waardoor de kosten kunnen worden gedrukt. Het is waarschijnlijk onmogelijk om een algemene conclusie te trekken die opgaat voor alle evenementen.

4. Is het organiseren van evenementen op kleinere schaal economisch een betere optie?

Hebben kleinere sportevenementen dezelfde karakteristieken en valkuilen als sportevenementen of heeft het economische en financiële voordelen om op kleinere schaal evenementen te organiseren?

5. Zijn er naast economische motieven ook andere motieven die het organiseren van een sportevenement verantwoorden?

De focus lag tot nu toe vooral op het economische aspect. Hier en daar werd reeds verwezen naar niet-economische aspecten zoals het imago van een land. Maar welke motieven zijn er nog buiten het economische aspect? Misschien vinden inwoners het niet erg om meer belastingen te betalen in ruil voor de organisatie van een sportevenement in eigen land. Het geluk en nationale trots die gepaard gaan met het sportevenement zullen hier dan zwaarder doorwegen.

2.3 Soorten onderzoek

Studies kunnen kiezen voor verschillende methodes om tot bevindingen te komen. In onderstaande paragrafen wordt een kort overzicht gegeven van de verschillende en meest gebruikte methodes in onderzoek naar de impact van sportevenementen. De verschillen en de voor- en nadelen van deze studies zullen kort worden toegelicht.

2.3.1 Ex ante of ex post impactstudies

Een eerste belangrijk onderscheid dat dient gemaakt te worden is tussen 'ex ante' en 'ex post' impactstudies. 'Ex ante' studies worden opgesteld voor het evenement en maken dus gebruik van assumpties en schattingen. Deze assumpties en schattingen worden dan in een input-output model gegoten wat een weerspiegeling is van de nationale economie. Via het input-output model wordt de impact gemeten van het evenement op de rest van de economie, dit gebeurt aan de hand van multiplicators. Een multiplicator geeft aan hoe groot het effect is van de ene sector op de andere. Stel dat een persoon voor €5,00 aan eten koopt en de multiplicator is 1,5 dan zal het effect op de nationale economie €7,50 zijn (Kasimati, 2003; Zimbalist, 2016). 'Ex ante' studies worden ook vaak uitgevoerd onder toezicht van de organisatie om hun kandidatuur kracht bij te zetten. Het gevolg is dat de assumpties en schattingen vaak overdreven rooskleurig zijn. Een overschatting van de inkomsten en een onderschatting van de kosten geven een vertekend beeld van de effectieve economische impact. Een 'ex post' studie vindt plaats na het

evenement. De studie gebruikt de resultaten van het evenement en probeert via econometrie de relevante variabelen te filteren en zo een weergave te schetsen van de economische impact (Zimbalist, 2016).

2.3.2 Kosten-batenanalyse

Kesenne (2012) haalt aan dat economische impactstudies vaak een vertekend beeld geven en dat een kosten-batenanalyse een betere optie zou zijn. Een kosten-batenanalyse slaagt er volgens Kesenne beter in om de effecten voor de verschillende belanghebbenden te identificeren. Zo vindt hij dat de organisatoren van sportevenementen het IOC en de FIFA, te veel inkomsten naar zich toetrekken zonder hiervoor kosten te dragen. De sponsors, ticketverkoop en uitzendrechten zijn allemaal in handen van het overkoepelende orgaan. Dejonghe (2015b) trekt eenzelfde conclusie. Vaak worden impactstudies misbruikt door zoveel mogelijk positieve effecten te linken aan het evenement zonder rekening te houden met eventuele verschuivingen. Ze zouden geen rekening houden met eventuele opportuniteitskosten. Dejonghe wijst ook op het belang van het bepalen aan wie de effectieve economische voordelen toekomen. Een voorbeeld van eigen land komt uit het WK-bod van België en Nederland. In een onderzoek van het Federaal Planbureau naar de economische impact die het WK voetbal zou hebben, werden de kosten van bepaalde stadions niet inbegrepen. De reden waarom deze kosten niet werden inbegrepen, was dat deze stadions er ook zonder het WK voetbal zouden komen. Enkele jaren later is er echter nog geen spoor van deze stadions. De enige reden om ze niet in rekening te brengen, was dus om de kosten te drukken zodat de studie een positiever resultaat kon voorleggen.

2.4 Positieve & negatieve effecten

Tijdens een groot evenement als de Olympische Spelen of het WK voetbal zijn er verschillende positieve en negatieve effecten waarneembaar. Sommige op korte termijn en andere op lange termijn. Een sportevenement kan tijdens de periode van het evenement zorgen voor bijvoorbeeld een opflakking in toerisme, maar is dit effect op langere tijd ook nog merkbaar? Zullen er door een positiever imago ook op langere termijn meer toeristen gelokt worden? Hoe worden de Olympische sites na het sportevenement gebruikt? Zullen ze na het evenement nog functioneel gebruikt worden of staan ze leeg en lopen de onderhoudskosten op lange termijn hoog op? Daarnaast zijn bepaalde zaken ook enkel op langere termijn meetbaar. Denk maar aan het toegenomen aantal sportverenigingen of lidmaatschappen. Het is dus belangrijk om niet

alleen de korte periode van het evenement zelf te analyseren maar ook naar de jaren ervoor en erna te kijken. Enkel op die manier kan er een juist beeld geschetst worden van de socio-economische impact van het evenement. Op het einde volgt een zorgvuldige afweging van de verschillende effecten en een samenvattende conclusie.

2.4.1 Positieve effecten

Het organiseren van een sportevenement brengt een hele dynamiek op gang. Alles wordt gedaan om een fantastisch evenement te organiseren en verschillende partijen proberen hun graantje mee te pikken. In volgende paragrafen worden de positieve effecten, die de organisatie van een sportevenement met zich meebrengt, besproken. Deze effecten worden onderverdeeld in twee categorieën; de economische effecten en de niet-economische effecten.

2.4.1.1 Economische effecten

De economische effecten verbonden aan een sportevenement dragen rechtstreeks bij aan de economie van het land of stad. Toerisme, tewerkstelling, handel en investeringen zijn de economische effecten die hier besproken zullen worden.

2.4.1.1.1 Toerisme

Het argument dat misschien wel het meeste gebruikt wordt bij het promoten van sportevenementen is het effect op toerisme. Het organiseren van de Olympische spelen of het WK voetbal brengt een hele volksverhuizing op gang. Supporters van overal ter wereld komen tijdens de evenementen hun helden aanmoedigen. Er wordt verwacht dat het organiseren van het evenement een stijging in de inkomsten van toerisme met zich meebrengt. Maar is dit ook effectief zo, of spelen er andere aspecten waarmee rekening dient gehouden te worden? Er zal een onderscheid worden gemaakt tussen toerisme op korte termijn en op lange termijn.

2.4.1.1.1.1 Korte termijn

Tijdens het WK voetbal in Zuid-Afrika van 2010 werden zo'n 445.000 internationale bezoekers verwacht. Deze bezoekers zouden een aanzienlijke bijdrage leveren aan de economie. Internationale bezoekers werden geacht ongeveer 10 miljard rand, ongeveer €700 miljoen tegen huidige wisselkoers, te consumeren in de lokale economie (South African Tourism, 2005). Voor de laatste Olympische Spelen in Rio van 2016 schatte de Brazilian Tourism Board de internationale bezoekers tussen de 380.000 en 400.000 personen. Op lange termijn wordt

verwacht dat bezoekers zich positief zullen uitlaten over Brazilië en dat dit dus een positieve boost zal geven aan het toerisme op lange termijn (Brasil 2016, 2015). De verwachtingen op gebied van toerisme liggen bijzonder hoog. Het is dan ook noodzakelijk om na te gaan of de verwachtingen niet te hoog liggen en of er geen andere factoren gevolgen hebben voor het aantal bezoekers.

Een eerste belangrijk punt is *crowding-out*. Door het organiseren van een groot evenement zullen de lokale bevolking en andere toeristen negatieve effecten ondervinden. Zo zullen toeristen die geen interesse hebben in het evenement de drukte en hogere prijzen willen vermijden en hun bezoek uitstellen. Zo worden de “normale” toeristen weggeduwd door de “evenementtoeristen”, hierdoor zal de effectieve impact van het evenement dus kleiner zijn (Barclay, 2009; Matheson & Baade, 2004). Daarnaast dient er ook een onderscheid te worden gemaakt tussen evenementen die plaatsvinden in het hoogseizoen en in het laagseizoen (Fourie & Santana-Gallego, 2010). Tijdens het hoogseizoen hebben hotels en restaurants reeds een hoge bezettingsgraad. Het effect van het evenement zal dus kleiner zijn dan in het laagseizoen. Gegeven dat de Olympische Zomerspelen en het WK voetbal zich afspelen in juni, juli en augustus, zullen de effecten kleiner zijn voor de regio's waar het hoogseizoen samenvalt met deze maanden van het sportevenement.

Als tweede punt bespreken Matheson en Baade het verschil tussen consumptiegedrag van normale toeristen en toeristen die voor het evenement komen. Toeristen die reeds tickets hebben gekocht voor een evenement spenderen minder geld aan andere activiteiten (Matheson & Baade, 2004). Barcelona, Sydney en Los Angeles hadden allemaal te maken met een daling in vraag naar vrijetijdsactiviteiten, zoals attractieparken (ETOA, 2006). Hierdoor zullen de multiplicators die gebruikt worden in de *ex ante* studies vaak helemaal niet van toepassing zijn. Deze onjuiste multiplicators geven een vertekend beeld van de geschatte inkomsten (Matheson & Baade, 2004). De onjuistheden van de multiplicators zijn te wijten aan het feit dat er meer geld uit de lokale economie weglekt.

Deze lekken worden versterkt door een derde aspect, namelijk de lekken van de aanbodzijde. Owen (2005) beschrijft dit als het effect dat niet-lokale werknemers en ondernemingen hebben op de multiplicators. Bij de Olympische Spelen wordt er een Olympisch Park gebouwd waar sponsors en bedrijven kunnen vertoeven. Binnen dit Olympisch park komt een soort van eigen

economie tot stand. Lokale ondernemingen en werknemers maken hier vaak geen deel van uit, omdat dit wordt georganiseerd vanuit het IOC. Hierdoor komen de economische effecten dan ook niet toe aan de lokale economie. Vervolgens zal de circulatie binnen de lokale economie ook kleiner zijn waardoor de multiplicators vertekend zijn (Matheson & Baade, 2004).

Bij de analyse van de omzetcijfers volstaat het niet om het jaar van organiseren te vergelijken met voorafgaande en de volgende jaren. Belangrijk is om steeds rekening te houden met factoren als de gemiddelde groei, verandering in wereldeconomie en politieke factoren en het zuivere effect van het sportevenement hiervan af te zonderen (Zimbalist, 2016).

2.4.1.1.1.2 Lange Termijn

Het organiseren van een sportevenement zou niet alleen tijdens het evenement zorgen voor een toestroom van toeristen, maar ook op lange termijn de toeristische positie van de regio versterken (Zimbalist, 2016, p. 59). Een evenement als de Olympische Spelen of het WK voetbal wordt overal ter wereld uitgezonden. De Olympische Spelen in Londen van 2012 werden in maar liefst 220 landen uitgezonden en bereikten hiermee maar liefst 3,6 miljard kijkers (IOC, 2012). Dit enorme aantal kijkers is voor landen een uitstekende kans om hun stad/land te promoten. Aandacht tijdens een sportevenement zorgt er natuurlijk ook voor dat minder positieve aspecten gezien worden. Doorheen de geschiedenis van de Olympische Spelen zijn er verschillende edities geweest die negatief in het nieuws kwamen. Denk hier maar aan de Olympische Spelen in Mexico van 1968, München van 1972 en meer recent Rio in 2016 (Garcia, 2016; Zimbalist, 2016, p. 60). Zoals hierboven beschreven bij toerisme op korte termijn, hebben supporters een andere focus dan toeristen. De focus ligt meer op het sportieve en minder op het culturele. Door deze andere focus zullen ze dus minder ervaringen hebben over de toeristische en culturele waarde van de regio. Mond-tot-mondreclame zal dus veel kleiner zijn dan gewenst.

De European Tour Operators Association (ETOA) stelde in hun rapport van 2006 enkele resultaten voor van de Olympische Spelen in Sydney van 2000 en Barcelona van 1992. Voor de Olympische Spelen had Sydney het aanbod voor overnachtingen fors verhoogd. Er werd maar liefst 30% meer capaciteit gecreëerd. Door deze forse stijging was er na het evenement een overaanbod. In de drie jaren na de Olympische Spelen daalde het aantal internationale bezoekers. De studie maakt ook de vergelijking met buurland Nieuw-Zeeland, die de jaren na het sportevenement beduidend beter scoorden. Barcelona daarentegen haalde na de Olympische

Spelen in 1992 ongekende resultaten. In de periode van 10 jaar na de Olympische Spelen verdubbelde het aantal overnachtingen in Barcelona. Vaak wordt Barcelona dan ook aangehaald als voorbeeld van wat een sportevenement kan betekenen voor toerisme in een regio. Maar wanneer de ETOA Barcelona vergelijkt met gelijkaardige steden, scoren ze beneden het gemiddelde. Het is te makkelijk te stellen dat de Olympische Spelen in Barcelona ervoor hebben gezorgd dat Barcelona een toeristische topbestemming werd (ETOA, 2006).

2.4.1.1.2 Werkgelegenheid

Consultants die *ex ante* schattingen uitvoeren, brengen vaak enorme toenames in de tewerkstelling naar voor. De Olympische Spelen of het WK voetbal zorgen voor jobcreatie in verschillende sectoren en zouden dus een positieve impact hebben op de economie. Gezien het feit dat de duur van de evenementen maar een korte periode is, is het belangrijk om na te gaan of de effecten enkel op korte termijn spelen of ook op lange termijn nog aanwezig zijn. Wegens de enorme investeringen in de infrastructuur is er in de aanloop van het evenement een periode van opbouw. In deze periode is er meer vraag naar werknemers, vooral in de bouwsector. Brown en Szymanski toonden in hun onderzoek aan dat er een stijging in werkgelegenheid op de Olympische site plaatsvond voor de Olympische Spelen in Londen van 2012. In september 2008 werden hier 2 539 werknemers tewerkgesteld en dit steeg tot 12 343 werknemers in april 2011 (Brown & Szymanski, 2011). Deze stijging vertelt volgens Brown en Szymanski wel niet het volledige verhaal. Indien het cijfer vergeleken wordt met de totale gemiddelde tewerkstelling in Londen, die 3,6 miljoen bedraagt, vallen deze cijfers mager uit.

Preuss (2006) haalt aan dat er moet gekeken worden naar de economische situatie waarin het land of de stad zich bevindt. Indien er werkloosheid is, zullen de nieuwe jobs opgevuld worden door werklozen. Wanneer er reeds een hoge tewerkstelling is, zal er *crowding-out* zijn uit andere sectoren. Deze werknemers verlaten hun oude job voor een nieuwe job die gerelateerd is aan de Olympische Spelen of het WK voetbal. Door dit substitutie-effect ontstaat er een opportuniteitskost die in rekening moet gebracht worden bij de berekeningen. Het correct interpreteren van deze resultaten is afhankelijk van verschillende aspecten en dienen voor elk individu persoonlijk bepaald te worden. Coates en Humphreys vonden eenzelfde substitutie-effect bij hun studie naar de impact van professionele sportteams op tewerkstelling en inkomen binnen verschillende sectoren in de Verenigde Staten van Amerika (Coates & Humphreys, 2001).

Bij *ex post* studies van evenementen is vaak een uniforme conclusie te vinden. Bij de studie van het WK voetbal van 1974 in Duitsland vonden Hagn en Maennig geen significante effecten op korte en lange termijn (Hagn & Maennig, 2007). Feddersen en Maennig deden een soortgelijke studie voor het WK voetbal 2006, ook in Duitsland, en vonden ook hier geen significante effecten. Wel was er in de horecasector een kleine opflakking waarneembaar tijdens het WK voetbal 2006. Een uitzondering op de regel zijn de Olympische Spelen van Atlanta in 1996. Op lange termijn vonden Feddersen en Maennig geen sluitend bewijs dat de Olympische Spelen een bijdrage leverden aan tewerkstelling. Maar op korte termijn zagen ze een boost in tewerkstelling in de maand waarin de Olympische Spelen plaatvonden. Feddersen en Maennig stellen wel dat ook deze impact zich slechts concentreert in bepaalde sectoren zoals: horeca, recreatie, hotels. Ze stellen ook dat, gezien de effecten zich enkel op korte termijn afspelen en geconcentreerd zijn, de argumenten voor het organiseren van de Olympische Spelen elders gezocht dienen te worden (Feddersen & Maennig, 2010a).

2.4.1.1.3 Handel en investeringen

Bij de analyse van de effecten op economische groei, BBP en investeringen zijn er uiteenlopende resultaten. In zijn studie naar de impact op de groei van grote sportevenementen concludeert Elmer Sterken dat er statistisch weinig sterk bewijs is dat sportevenementen een positieve invloed hebben op economische groei (Sterken, 2012). Enkel voor de Olympische Zomerspelen werd een kleine positieve impact gevonden op korte termijn. De studie van Rose en Spiegel is veel optimistischer. Zij zien een positieve invloed op de handel voor de gastlanden. De reden hiervoor zou te vinden zijn in het feit dat landen toegankelijker worden. Daarnaast zouden niet alleen de gastlanden profiteren, maar ook de andere landen die zich kandidaat hebben gesteld voor het sportevenement. Het kandidaat stellen zou immers gepaard gaan met liberalisering (Rose & Spiegel, 2009). Maennig en Richter hebben hun bedenkingen bij de resultaten van Rose en Spiegel. Zij stellen dat Rose en Spiegel economische grootmachten vergelijken met andere landen, wat vertekende resultaten oplevert. Bij het wegwerken van deze verschillen, komen Maennig en Richter tot de conclusie dat er geen positieve impact is op de handel (Richter & Maennig, 2012). Ook Szymanski vindt geen statistische bewijzen dat er een positieve impact zou zijn op het BBP. Szymanski vindt zelfs een significant negatief effect op het BBP in het jaar waarin het WK voetbal wordt georganiseerd (Szymanski, 2002).

2.4.1.2 Niet-economische effecten

Het totale beeld van de impact van een sportevenement kan niet alleen beschreven worden door het analyseren van de economische aspecten. Naast de economische aspecten zijn er immers ook niet-economische aspecten die een rol kunnen spelen in de beslissing of het organiseren van een sportevenement wenselijk is. Het moeilijke aan niet-economische effecten is het valoriseren van de effecten. Voor economische effecten is dit tamelijk rechtuit maar voor niet-economische effecten ligt dit helemaal anders. Hoe wordt bijvoorbeeld het geluk (of ongeluk) dat mensen halen uit een sportevenement omgezet in een waarde? De volgende paragrafen proberen hierrond een beter beeld te scheppen.

2.4.1.2.1 Feel-Good effect

Cornelissen en Maennig hebben onderzoek gedaan naar het feel-good effect tijdens en na het WK voetbal in Duitsland van 2006. Bij dit WK hebben ze opgemerkt dat er een positieve atmosfeer rond het evenement hing. In hun werk proberen ze dan ook na te gaan wat de oorzaken waren van dit fenomeen. Cornelissen en Maennig halen aan dat de vooropgestelde economische doelstellingen van sportevenementen vaak niet worden gehaald. Het grootste effect is dan te vinden bij het feel-good effect, zoals bij het WK voetbal in Duitsland van 2006 (Cornelissen & Maennig, 2010; Maennig & Porsche, 2008). In hun onderzoek trachten Cornelissen en Maennig de determinanten van het feel-good effect ook verder onder te verdelen. Ze zien verschillende aspecten die effect hebben op de impact van het feel-good effect.

Een eerste categorie behelst planning, infrastructuur en veiligheid. Bepalend is hier het vermijden van bepaalde spanningen. Indien bijvoorbeeld bepaalde supportersgroepen met elkaar op de vuist gaan, zoals tijdens het Europees Kampioenschap voetbal 2016 in Frankrijk het geval was, zal dit een negatief effect hebben op het feel-good effect (Knack, 2016). Tijdens het WK voetbal in Duitsland van 2006 probeerde men dit op te lossen door ordediensten van 13 deelnemende landen in te zetten zodat supporters minder geneigd zouden zijn de confrontatie op te zoeken. Ook de vlotte bereikbaarheid van de verschillende locaties en comfortabele stadions zullen leiden tot een positievere sfeer. Indien spanningen kunnen worden vermeden zal het feel-good effect groter zijn. Een goede voorbereiding en duidelijke planning zullen bijdragen tot het vermijden van deze spanningen (Cornelissen & Maennig, 2010; Maennig & Porsche, 2008).

Als tweede categorie duiden Cornelissen en Maennig op het vermarkten en het imago van het land, stad of sportevenement als determinant voor het feel-good effect. Indien niet het economische gewin vooropgesteld wordt, maar naar een algemenere doelstelling wordt gekeken zien Cornelissen en Maennig een positieve impact op de algemene perceptie. Tijdens het WK in Duitsland stond het aantrekkelijker maken van Duitsland voorop als voornaamste doel. Het imago was voorheen eerder kil en koud en het WK werd dan ook gezien als een uitstekende kans om hier verandering in te brengen. Verschillende initiatieven werden op poten gezet zodat de beleving en sfeer tijdens het evenement optimaal zou zijn. Er werden bijvoorbeeld trainingen gegeven aan de personeelsleden in de hotel- en horecasector om Duitsland te vertegenwoordigen als een warm en open land. De inspanningen wierpen ook hun vruchten af en door de inzet van de bevolking werd het imago van Duitsland sterk verbeterd.

De prestaties van de nationale ploeg en het patriottisme worden door Cornelissen en Maennig beschreven als een derde effect. Prestaties van het nationale team of nationale atleten worden gezien als fundamentele aspecten van deze categorie. Bij goede prestaties zal de bevolking hier trots op zijn wat bijdraagt aan het feel-good effect. Indien de bevolking zich daarnaast kan identificeren met de speelwijze van het team of de atleten, vormt zich een soort verbondenheid. Deze verbondenheid was te zien bij de Duitse nationale ploeg tijdens het WK van 2006. Voor het WK kon slechts 31% van de bevolking zich identificeren met de nationale ploeg, maar na de positieve speelstijl tijdens het WK steeg dit tot 60%. In tegenstelling tot Cornelissen en Maennig, vinden Kavetsos en Szymanski een kleine of geen significante impact van de prestaties van de eigen teams of atleten. Louter het organiseren van het sportevenement in het eigen land zou het gevoel van nationale trots aanwakkeren. Ook konden ze enkel een impact op korte termijn waarnemen, op lange termijn vonden ze geen significante effecten. Een opmerking bij de studie van Kavetsos en Szymanski is dat het organiseren van sportevenement vooral positief onthaald wordt als het gaat over voetbal evenementen. Een verklaring hiervoor zou kunnen zijn dat de studie zich focust op Europese landen waar voetbal prominent aanwezig is. Indien er een bredere focus zou zijn, worden er eventueel andere resultaten verkregen (Kavetsos & Szymanski, 2010).

Als laatste categorie definiëren Cornelissen en Maennig de activiteiten voor supporters en de sfeer rond het sportevenement. Dankzij een bezettingsgraad van gemiddeld 99,5% per match

tijdens het WK in Duitsland werd er een speciale atmosfeer gecreëerd. Indien stadions veel lege plaatsen hebben, schept dit een negatieve sfeer. De laatste jaren zijn er ook steeds meer initiatieven die de beleving van supporters bevorderen. Het opbouwen van supportersdorpen en pleinen met grote schermen zorgen voor een intensere beleving en samenhang (Cornelissen & Maennig, 2010).

2.4.1.2.2 Sportparticipatie

De Olympische Spelen en het WK voetbal blijven natuurlijk sportevenementen, het is dus vanzelfsprekend ook de sportieve impact van deze evenementen te bestuderen. Het is interessant om na te gaan of er na het evenement een positieve of negatieve invloed is op de participatie van de bevolking in bepaalde sporten. Een van de argumenten voor de bid van Londen voor de Olympische Spelen van 2012 was dat de algemene participatiegraad in sporten zou toenemen en dat de bevolking dus fitter en gezonder zou worden. Coalter gelooft echter niet dat louter de Olympische Spelen voor een verhoogde participatiegraad zullen zorgen. Daarvoor is sportparticipatie te afhankelijk van verschillende factoren. Wel ziet hij een mogelijkheid voor de Olympische Spelen om een duw in de rug te geven, maar hiervoor dienen bepaalde criteria vervuld te worden. Een nauwe samenwerking tussen overheid, sportorganisaties en sportclubs met een duidelijk plan kan het potentieel van de Olympische Spelen benutten (Vigor et al., 2004). Er is weinig onderzoek naar de effecten van sportevenementen op de sportparticipatie. De reden hiervoor is dat er nooit echt interesse was voor dit aspect (Veal et al., 2012; Weed et al., 2009).

2.4.2 Negatieve effecten

Naast de positieve effecten die vaak naar voren worden geschoven, is het natuurlijk noodzakelijk om ook een analyse te maken van de negatieve effecten. Deze negatieve effecten zijn opgedeeld in effecten op korte en lange termijn. De korte termijn kan gezien worden als de periode in aanloop naar het evenement en tijdens het evenement. De lange termijn is dan de periode na het evenement. Het is belangrijk om de kosten grondig te bestuderen en hier een duidelijk beeld van te krijgen. De reden hiervoor is dat er vaak kostenoverschrijdingen zijn (Zimbalist, 2016, p. 47). In onderstaande tabel is duidelijk te zien dat de uiteindelijke kosten van de Olympische Spelen of het WK voetbal fors hoger liggen dan in eerste instantie geraamd. De mate waarin de kosten onderschat worden, is volledig buiten proportie.

Tabel 3: Evolutie van de kosten voor de gaststeden of –landen van de Olympische Spelen of het WK voetbal

Gaststad of -land	Jaar	Initieel geraamd (Miljard \$)	Geschatte finale kost (Miljard \$)
Athene	2004 (OS)	1,6	16
Zuid-Afrika	2010 (WK)	0,3	5-6
Londen	2012 (OS)	4,0	15-20
Sochi	2014 (OS-winter)	12	51-70
Brazilië (Enkel stadions)	2014 (WK)	1,1	5

Bron: (Zimbalist, 2016)

Solberg en Preuss komen tot eenzelfde conclusie. Bij het vergelijken van de eerste en laatste schattingen van de operationele en constructiekosten van verschillende Spelen tussen 1972 en 2000 stellen ze systematisch een stijging vast. Solberg en Preuss wijten dit aan bepaalde eisen van het IOC (stadions, verplaatsing media, Olympisch dorp, ...). Door deze eisen kunnen de kosten hoger komen te liggen dan verwacht. Een tweede element is dat door een slechte planning de organisatie in tijdsnood komt. Als gevolg van deze tijdsnood moet er snel een oplossing worden gezocht wat vaak tegen slechtere voorwaarden (hogere prijzen) zal gebeuren. Als laatste halen Solberg en Preuss aan dat eens de kandidatuur binnen is de organisatoren hun stad en/of land willen promoten en dus kosten noch moeite sparen. (Solberg & Preuss, 2007) De kosten worden tijdens het *bidding*-proces zo laag mogelijk gehouden zodat ze voldoende steun kunnen krijgen. Eens dat de kandidatuur geaccepteerd is, zijn de budgetrestricties toch niet meer van toepassing (Solberg & Preuss, 2007; Zimbalist, 2016).

2.4.2.1 Korte termijn kosten

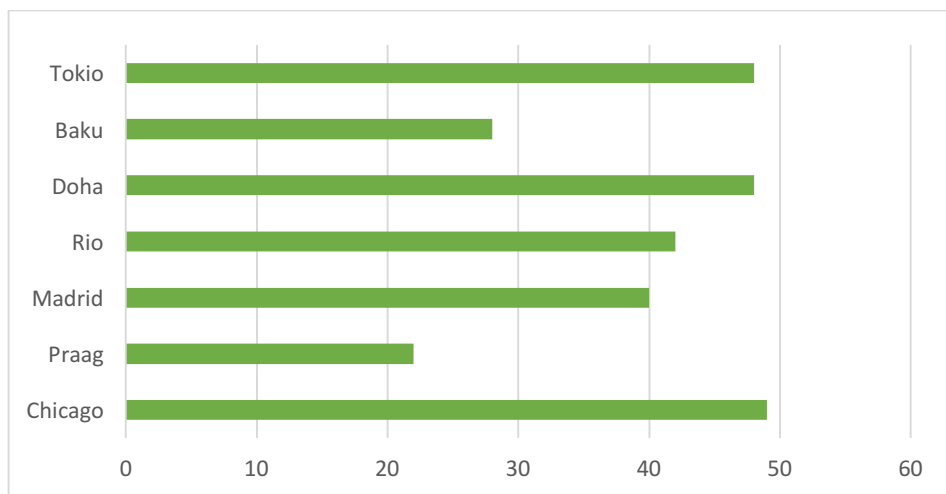
Korte termijn kosten kunnen gezien worden als de kosten die zich situeren in de aanloop naar en de periode van het evenement. De uitgaven beginnen immers te lopen vanaf het moment dat het land of de stad zich voorbereidt om zich kandidaat te stellen.

2.4.2.1.1 Bid

Een kost die van toepassing is zelfs zonder het evenement te organiseren, is de kandidatuur voor het sportevenement. Vooraleer steden/landen kans kunnen maken op de organisatie van de

Olympische Spelen of het WK voetbal moeten ze reeds enkele jaren op voorhand hun kandidatuur indienen. Voor de Olympische Spelen dient er in de eerste fase een aanvraag te worden opgesteld en na goedkeuring van het IOC mogen ze hun kandidatuur indienen. Bij het WK voetbal geldt eenzelfde procedure. Nadat alle kandidaten bekend zijn wordt er gestemd door de overkoepelende organisaties tot er een gastland of –stad gekend is. Tijdens deze hele voorbereiding dienen landen zichzelf te promoten en de overkoepelende organisatie te overtuigen van hun kandidatuur. Daarnaast moet er ook voor de verschillende fasen geld worden gestort om in aanmerking te komen (IOC, 2015; Sterken, 2012). In deze strijd om het IOC of de FIFA te overtuigen, worden vaak enorme bedragen ingezet. Zoals hierboven reeds aangehaald, investeerden België en Nederland samen €9 miljoen in hun bid voor het WK 2018/2022. Vergeleken met de kandidaten voor de Olympische Spelen 2016 is dit echter een mager bedrag. In onderstaande tabel is te zien dat steden bereid zijn zwaar te investeren in hun bid. 5 van de 7 bids schommelen tussen de \$40 en \$50 miljoen.

Grafiek 2: Bid budgetten van de kandidaten voor de Olympische Spelen van 2016 in miljoen \$



Bron: (B. Humphreys, 2009)

2.4.2.1.2 Infrastructuur

Voor de organisatie van de Olympische Spelen en het WK voetbal gelden strikte criteria. Zo dienen er voor het WK voetbal een bepaald aantal zitplaatsen in het stadion te zijn voor de verschillende ronden. Minstens 40 000 zitplaatsen voor de groepsfase, 1/16^{de} finales en kwartfinales. 60 000 voor de halve finales en 80 000 voor de finale (en de openingsmatch) (Robert Baumann & Matheson, 2013). Baumann en Matheson halen in hun studie ook het verschil tussen landen aan. Sommige landen beschikken reeds over een degelijke infrastructuur

en moeten dus minder zwaar investeren dan andere landen. Zo hadden de Verenigde Staten in hun bid voor het WK voetbal van 2022 reeds voldoende grote stadions. Ze dienden dus zeer weinig te investeren in het vernieuwen en bouwen van stadions, maar de keuze viel op Qatar. Gezien de ontbrekende sportinfrastructuur in Qatar moet men hier dus zwaar investeren in stadions die voldoen aan de criteria van de FIFA. Ze zouden maar liefst 200 miljard dollar investeren in stadions die na het evenement worden afgebroken en elders weer opgebouwd. Naast de sportinfrastructuur moet het land of de stad natuurlijk ook een vlotte verplaatsing van de bezoekers kunnen garanderen. Voor de Olympische Spelen van 2012 in Londen werden de kosten voor transport geraamd op 6,5 miljard pond (Newman, 2012). Londen had reeds een uitgebreid transportnetwerk ter beschikking. De verwachtingen zijn dan ook dat bij andere edities de kosten nog hoger kunnen liggen. Het reeds aanwezig zijn van een uitgebouwde infrastructuur is een enorm voordeel. De kosten kunnen gedrukt worden, waardoor er minder budget nodig is of gefocust kan worden op andere aspecten.

2.4.2.1.3 Beveiliging

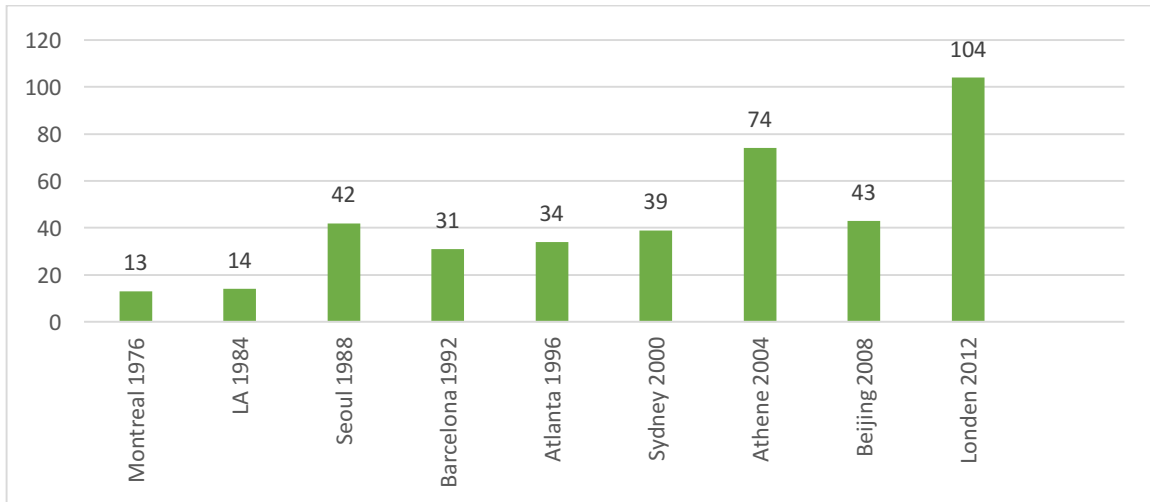
Grote evenementen brengen ook grote verantwoordelijkheden met zich mee en dus moeten organisaties ervoor zorgen dat de veiligheid van alle bezoekers kan gegarandeerd worden. Zimbalist merkt een stijging in de recente kosten inzake veiligheid. Hij verwijst in zijn boek ook naar de impact van de gebeurtenissen van 11 september 2001. De veiligheidskosten van de eerste Olympische Spelen na de aanslagen van 11 september zouden maar liefst meer dan drie keer hoger hebben gelegen dan geraamd. Zimbalist schat de veiligheidskosten van recente evenementen dan ook tussen de US\$1 en 2 miljard (Zimbalist, 2016, p. 46). Ook Preuss komt tot eenzelfde conclusie en deelt de potentiële onruststokers ook op in groepen die proberen te profiteren van de verhoogde aandacht tijdens het evenement. De motieven kunnen verschillen waardoor allerhande veiligheidsmaatregelen van toepassing zijn. Preuss noemde terroristische aanvallen in 2006 al de grootste bedreiging en gezien het huidige klimaat is dit vandaag de dag alleen maar bevestigd en versterkt (Preuss, 2006, p. 222).

2.4.2.1.4 Ceremonies

De ceremonies die de evenementen op gang trappen en afsluiten zijn eigenlijk evenementen op zich. Steden en landen grijpen deze ceremonies vaak als kans om hun cultuur, historie en schoonheid aan de wereld te promoten. Voor de openingsceremonie wordt dan ook vaak kosten noch moeite gespaard. Tijdens deze ceremonies kijken ook de meeste mensen en deze

commerciële waarde moet dan ook verzilverd worden (Preuss, 2006, p. 206; Zimbalist, 2016, p. 45).

Grafiek 3: Totale uitgaven aan ceremonies tijdens de Olympische Spelen in miljoen \$



Bron: (Preuss, 2006, p. 207)

In bovenstaande tabel is te zien dat de kosten voor de ceremonies toch wel van een grote orde zijn. De laatste jaren liggen de kosten tussen de 30 en 45 miljoen dollar, met uitschieters in 2004 en 2012. Gegeven de slechte economische situatie in Brazilië zouden de kosten voor de ceremonies in Rio voor de Olympische Spelen van 2016 beduidend lager liggen (Foxsports, 2015).

2.4.2.1.5 Verstoring economische activiteit

Naast traditionele kosten moet er ook rekening worden gehouden met veranderingen ten opzichte van de normale situatie. In de aanloop naar het sportevenement zal men een periode van opbouw hebben. Tijdens deze opbouw zullen er verschillende constructiewerken op poten worden gezet die de lokale ondernemingen kunnen hinderen in hun economische activiteiten (Zimbalist, 2016, p. 45). Daarnaast hebben het IOC en de FIFA ook sponsorcontracten. Deze overeenkomsten kunnen soms conflicten veroorzaken met lokale handelaars. Het IOC en de FIFA proberen dan ook op alle mogelijke manieren hun sponsors te beschermen en hun profijt te maximaliseren. Binnen bepaalde zones zijn enkel standjes van de Olympische Spelen of het WK voetbal toegelaten. In de stad of steden mogen enkele reclameborden of ander promotiemateriaal gebruikt worden door de partners van het sportevenement tijdens een bepaalde periode. De organisator dient dan ook de kosten voor het opzetten, weghalen,

vergoeden van eigenaars van de reclameborden en dergelijke te dragen (McKelvey & Grady, 2008).

2.4.2.2 Lange termijn kosten

Naast de kosten op korte termijn spelen de kosten op lange termijn een belangrijke rol. De kosten stoppen dan ook niet bij het afsluiten van het evenement. Voor deze kosten zijn er twee belangrijke kostenposten namelijk de schulden en de “White Elephants”.

2.4.2.2.1 Schulden

De schulden aangegaan voor de financiering van het sportevenement dienen natuurlijk ook terugbetaald te worden. Doordat schulden zijn aangegaan zal men ook minder kunnen investeren in andere projecten ofwel is er een verhoging van de belastingen. Zo haalt Zimbalist aan dat investeringen in school- en gezondheidsprojecten uitgesteld worden omdat er minder geld voorhanden is door de schulden. Deze opportuiniteitskost moet zeker in rekening gebracht worden bij het overwegen van de investering in een sportevenement (Zimbalist, 2016, p. 74).

2.4.2.2.2 White Elephants

In de aanloop naar de Olympische Spelen in Athene van 2004 moesten er verschillende Olympische sites worden gebouwd voor de verschillende sporten. Athene stelde als doel een belangrijk sportcentrum te worden waar verschillende evenementen konden plaatsvinden. Om dit doel te bereiken, werden 18 nieuwe permanente faciliteiten en 2 tijdelijke faciliteiten gebouwd en 12 gerenoveerd (Zonzilos et al., 2015). Tijdelijke faciliteiten kosten voor de opbouw praktisch evenveel als permanente faciliteiten, maar hebben het voordeel dat er op lange termijn geen onderhoudskosten aan verbonden zijn. En deze onderhoudskosten kunnen net heel hoog oplopen. Wegens een gebrek aan een duidelijk plan zijn de Olympische sites in Athene in verval geraakt, waardoor de meeste nu buiten gebruik zijn of voor een ander niet-sportief doel dienen. Deze “white elephants” hadden 4 jaar later maar liefst een kostprijs van \$784 miljoen om ze te onderhouden (Kasimati, 2015; Zimbalist, 2016, p. 70).

Niet alleen de Olympische Spelen hebben te maken met verval van de stadions en sportfaciliteiten. Naast de minder populaire sporten als roeien, baanwielrennen en boogschieten heeft ook het WK voetbal te maken met in verval rakende stadions. Zuid-Afrika heeft moeilijkheden met het verzilveren van hun stadions die werden gebouwd voor het WK voetbal

2010. Voor de organisatie van het sportevenement werden 10 stadions gebouwd of gerenoveerd met een capaciteit van minstens 40 000 toeschouwers. Steden proberen hun lokale teams in de stadions te laten spelen, maar deze teams hebben niet de financiële middelen noch de toeschouwers om dit aan te kunnen. Het gemiddeld aantal toeschouwers van de nationale competitie, The South African Premier Soccer League, schommelt tussen de 5 000 en 7 500. Dit is ver beneden de capaciteit van de stadions. Het Green Point Stadium in Cape Town heeft een jaarlijkse onderhoudskost van \$6,2 miljoen en The Nelson Mandela Bay zelfs \$8,7 miljoen. Deze grote bedragen wegen enorm door. Doordat lokale teams niet in de stadions willen spelen, moeten ze soms worden betaald om er toch te spelen en het stadion te promoten. Naast het voetbal proberen ze deze stadions ook nog te gebruiken voor andere evenementen zoals voor rugby en concerten om de kosten te drukken (Guardian, 2014; Zimbalist, 2016, p. 73).

2.4.3 Niet besproken effecten

In bovenstaande tekst is getracht een beeld te schetsen van de impact die de organisatie van een sportevenement met zich meebrengt. De focus lag hier voornamelijk op de grootste en meest besproken effecten. Naast deze effecten kunnen er natuurlijk ook nog andere effecten zijn die men in rekening dient te brengen bij het evalueren van een sportevenement. Het SEO-rapport, dat een maatschappelijke kosten en baten analyse van een eventueel WK voetbal in Nederland deed, toont aan dat er ook positieve effecten zijn verbonden aan de sportprestaties voor het land. Aangezien het organiserende land geen kwalificaties hoeft af te werken en dus rechtstreeks geplaatst is voor het toernooi nemen hun winstkansen dus toe. Daartegenover staat dat in de aanloop naar het toernooi het organiserende land geen wedstrijden met inzet moet spelen en dus, economisch gezien, minder interessante oefenwedstrijden moet afwerken (Berg et al., 2010). Een tweede voorbeeld zijn de mensen die gedwongen uit hun huis worden gezet om plaats te maken voor het sportevenement. In de aanloop naar de Olympische Spelen worden vaak mensen gedwongen om te verhuizen zodat er sportfaciliteiten kunnen gebouwd worden. Dit is niet altijd naar de zin van de bewoners en ook dit dient mee opgenomen te worden in de evaluatie. Voor de Olympische Spelen van Rio in 2016 zouden meer dan zestigduizend mensen hun huis hebben verloren. En in de jaren voor de Olympische Spelen in Beijing 2008 zouden maar liefst 13 000 mensen per maand uit hun huis zijn gezet (De Redactie, 2007; Phillips, 2016). Deze effecten zijn moeilijk te valoriseren maar dienen wel in rekening gebracht te worden indien men een compleet beeld wil krijgen van de impact van een sportevenement.

2.5 Overzicht Impactstudies

Na het grondig bespreken van de verschillende effecten is het zinvol om een overzicht te krijgen van de verschillende studies en hun conclusies. De onderstaande tabellen zijn opgesplitst in *ex ante* en *ex post* onderzoeken en analyseren de voornaamste conclusies van de verschillende studies. De focus van deze studies lag voornamelijk op de grootste economische impacts; BBP, werkgelegenheid en toerisme.

Een eerste besluit dat getrokken kan worden is dat voor de *ex ante* studies er nooit negatieve effecten zijn. Zowel de effecten op werkgelegenheid, BBP en toerisme zijn steeds positief. De *ex post* studies daarentegen concluderen zowel negatieve als positieve effecten. De overdreven positieve kijk van *ex ante* studies is in overeenstemming met de eerdere bevindingen.

Bij het vergelijken van de studies over de Olympische Spelen en het WK voetbal zijn er geen verschillen waarneembaar. Beide evenementen hebben zowel *ex ante* als *ex post* dezelfde conclusies. Er kan dus gesteld worden dat de economische effecten voor het organiseren van de Olympische Spelen en het WK voetbal hetzelfde zijn.

2.5.1 Werkgelegenheid

Bij het nader bestuderen van de economische impacts is er een positieve *ex ante* verwachting voor de impact op de werkgelegenheid. *Ex ante* studies concluderen een stijging in de tewerkstelling ofwel een daling van de werkloosheid. *Ex post studies* zien het minder rooskleurig. De impact op de werkgelegenheid is meestal niet significant en indien er een impact waargenomen wordt, is deze slechts op korte termijn waarneembaar.

2.5.2 BBP

De impact op het BBP volgens *ex ante* studies is uitermate positief. Er zou een stijging zijn van enkele miljarden in het BBP voor het organiserende land. Conclusies van *ex post* studies liggen voor het BBP verder uit elkaar. Zowel positieve, negatieve als niet significante effecten zijn waargenomen. Het is onmogelijk om een algemene conclusie voor de impact op het BBP te trekken.

Tabel 4: Overzicht van ex ante economische impactstudies

Categorie	Evenement	Bron	Variabele	Impact
Olympische Spelen	Barcelona 1992	Brunet (1995)	Werkgelegenheid Andere	Daling werkloosheid Stijging huizenmarkt en bouwsector
WK voetbal	VS 1994	Goodman and Stern (1994)	BBP	Stijging \$4 miljard
Olympische Spelen	Atlanta 1996	J. Humphreys and Plummer (2005)	BBP Werkgelegenheid	Stijging \$5,1 miljard Stijging 77 000 jobs
Olympische Spelen	Sydney 2000	Barclay (2009)	BBP Werkgelegenheid	Stijging \$6,3 miljard Stijging 100 000 jobs
WK voetbal	Zuid-Korea & Japan 2002	R. A. Baade and Matheson (2004); Finer (2002)	BBP (Japan) BBP (Zuid-Korea)	Stijging \$24,8 miljard Stijging 0,2% van BBP Stijging \$8,9 miljard Stijging 2,2% van BBP
WK voetbal	Zuid-Korea & Japan 2002	International Monetary Fund (IMF) (2004)	Werkgelegenheid	Daling werkloosheid (4% in 2000 naar 3,4% in 2003)
WK voetbal	Zuid-Korea & Japan 2002	Lee and Taylor (2005)	BBP Werkgelegenheid	Stijging \$1,35 miljard verkoop output, \$71 miljoen indirecte belastingen Stijging 31 349 jobs
WK voetbal	Zuid-Afrika 2010	Voigt (2010)	BBP Toerisme	Stijging \$12 miljard 483 000 bezoekers
WK voetbal	Zuid-Afrika 2010	Rihlamvu (2011)	BBP Werkgelegenheid	Stijging \$7,5 miljard Stijging 198 400 jobs

Bronnen: Eigen tabel opgemaakt op basis van Robert Baumann and Matheson (2013); Gyselbrecht (2011); Zimbalist (2016)

Tabel 5: Overzicht van ex post economische impactstudies

Categorie	Evenement	Bron	Variabele	Impact
Enkele edities				
Olympische Spelen	München 1972	Jasmand and Maennig (2008)	Werkgelegenheid Inkomen	Geen significante impact Significante positieve impact
WK voetbal	Duitsland 1974	Hagn and Maennig (2007)	Werkgelegenheid	Geen significante impact op lange termijn
Olympische Spelen	Los Angeles 1984	R. Baade and Matheson (2002)	Werkgelegenheid	Positieve impact van 5 043 jobs op korte termijn maar geen impact op lange termijn
WK voetbal	VS 1994	R. A. Baade and Matheson (2004)	Inkomen	Negatieve impact van \$712 miljoen beneden de trend
WK voetbal	VS 1994	R. Baumann et al. (2011)	Werkgelegenheid Andere	Geen significante impact Geen impact op vrijetijdssector en horeca en negatieve impact op kleinhandel
Olympische Spelen	Atlanta 1996	Hotchkiss et al. (2003)	Werkgelegenheid Inkomen	Positieve impact Geen impact
Olympische Spelen	Atlanta 1996	R. Baade and Matheson (2002)	Werkgelegenheid	Positieve impact van tussen de 4 500 en 42 500 jobs op korte termijn
Olympische Spelen	Atlanta 1996	(Feddersen & Maennig, 2010a)	Werkgelegenheid	Positieve impact van rond de 75 000 jobs
WK voetbal	Frankrijk 1998	Allmers and Maennig (2009)	Inkomen Toerisme Andere	Geen significante impact Geen significante impact op hotelverblijven Geen significante impact op kleinhandel
Olympische Spelen	Sydney 2000	Giesecke and Madden (2007)	Consumptie	Daling van de consumptie van Australische huishoudens met \$2,1 miljard
WK voetbal	Duitsland 2006	Allmers and	Inkomen	Geen significante impact

		Maennig (2009)	Toerisme	Kleine positieve impact op korte termijn
WK voetbal	Duitsland 2006	Hagn and Maennig (2009)	Werkgelegenheid	Geen significante impact in vergelijking met andere niet-gaststeden
WK voetbal	Duitsland 2006	Feddersen and Maennig (2010b)	Werkgelegenheid Andere	Kleine positieve impact in de horeca op korte termijn Geen significante economische impact
WK voetbal	Duitsland 2006	Feddersen et al. (2009)	Werkgelegenheid Inkomen	Geen significante impact Geen significante impact De vergelijking werd gemaakt met andere niet-gaststeden
WK voetbal	Zuid-Afrika 2010	Du Plessis and Venter (2010)	BBP	Stijging van 0,1%
WK voetbal	Zuid-Afrika 2010	Plessis and Maennig (2011)	Toerisme	Tussen de 40 000 en 90 000 internationale toeschouwers versus <i>ex ante</i> voorspellingen van rond de 400 000
Meerdere edities				
WK voetbal		Szymanski (2002)	BBP	Tragere groei in gastland, een verlies van 2,4% van het nominaal BBP
Olympische Spelen		Billings and Holladay (2012)	BBP Andere	Geen lange termijn impact Geen lange termijn impact op handel
Olympische Spelen & WK voetbal		Von Rekowsky (2013)		Geen betekenisvolle blijvende economische voordelen

Bronnen: Eigen tabel opgemaakt op basis van Robert Baumann and Matheson (2013); Zimbalist (2016)

2.6 Antwoorden op onderzoeksvragen

1. **Wat is de economische impact voor het organiserende land bij het organiseren van een sportevenement?**

Na het bestuderen van de literatuur kan geconcludeerd worden dat er geen significante economische impact is voor het organiserende land of stad van sportevenementen. De positieve kijk die *ex ante* studies vooropstellen wordt weerlegd door de nuchtere kijk van *ex post* studies. Het onderschatten van de kosten en het overschatten van de baten vormen de grootste elementen bij het verkeerd inschatten van de economische impact. Daarnaast zijn de eisen van het IOC en de FIFA buiten proportie. Het IOC en de FIFA dragen amper bij in de kosten, maar houden wel veel van de economische baten voor zich. De recente trend van publiek protest tegen het organiseren van mega-sportevenementen zorgt misschien voor een kentering. Het in vraag stellen van het monopolie van de overkoepelende organen, kan in de toekomst bijdragen tot het economisch interessanter maken van de Olympische Spelen en het WK voetbal.

2. **Wat zijn de economische verschillen op korte en lange termijn?**

Hoewel er hoofdzakelijk geen significante effecten zijn waargenomen, zijn er toch kleine verschillen tussen korte en lange termijn studies. Op korte termijn werden meer positieve significante effecten gevonden dan op lange termijn. Voornamelijk op gebied van werkgelegenheid waren er bij studies op korte termijn positieve effecten waarneembaar.

3. **Zijn er bepaalde kritische factoren of randvoorwaarden voor een geslaagd sportevenement vanuit het oogpunt van een land?**

Hoewel elk evenement verschillend is en er individuele studies noodzakelijk zijn alvorens het correct kunnen analyseren van de resultaten, zijn er toch enkele kritische factoren die een positieve uitkomst vergemakkelijken. In de eerste plaats zal de steun van de bevolking ervoor zorgen dat het feel-good effect maximaal benut kan worden. Daarnaast zullen eventuele economische verliezen makkelijker geaccepteerd worden indien de bevolking zich betrokken voelt bij de beslissing om zich kandidaat te stellen. Als tweede kan een goed politiek en economisch klimaat ervoor zorgen dat opportuniteitskosten minder hard doorwegen. Indien een land veel armoede heeft, kan het beter het geld voor deze problematiek aanwenden dan voor het organiseren van een sportevenement.

Ten slotte is het noodzakelijk om op een doordachte manier om te gaan met de infrastructuur. Landen of steden met een uitgebreide infrastructuur zullen hier minder in moeten investeren. Dit zal een kostenbesparing met zich meebrengen wat in de eindafrekening een groot verschil kan maken. Daarnaast zal de sportinfrastructuur na het evenement een nuttige functie moeten krijgen zodat de onderhoudskosten gedrukt kunnen worden. Er dient toekomstgericht nagedacht te worden, zodat men niet achterblijft met enorme kosten. Indien deze drie aspecten vervuld zijn, is dit een eerste stap richting een geslaagd sportevenement. Natuurlijk moet elk land ook zijn eigen doelstellingen en uitdagingen analyseren zodat er een geslaagd evenement kan georganiseerd worden.

4. Is het organiseren van evenementen op kleinere schaal economisch een betere optie?

In het derde deel van deze thesis wordt een studie gemaakt van het Belgisch Kampioenschap wielrennen. Daar zal in de conclusie verwezen worden naar deze vraag over een organisatie op kleinere schaal.

5. Zijn er naast economische motieven ook andere motieven die het organiseren van een sportevenement verantwoorden?

Naast de economische motieven zijn er ook niet-economische motieven die in rekening dienen gebracht te worden. Het feel-good effect is de belangrijkste niet-economische baat die sportevenementen met zich meebrengen. Via verschillende elementen kan het feel-good effect het dagelijks leven van de bevolking opfleuren. Het onderzoeken van de ondersteuning van de bevolking voor het organiseren van een sportevenement vormt dan ook een belangrijk gegeven, in het kandidaat stellen voor de organisatie van een sportevenement. Naast het feel-good effect kunnen er ook sportieve effecten zijn. Hoewel sportparticipatie nog niet in detail werd onderzocht, kan het mits een duidelijk plan en goede opvolging bijdragen tot de maatschappij. In ieder geval is de afweging van economische effecten niet voldoende, de niet-economische effecten dienen altijd meegenomen te worden in de evaluatie.

2.7 Conclusie

In dit deel werd een uitgebreide analyse gemaakt van de literatuur in verband met de impact van een sportevenement. De focus lag hier op de grootste sportevenementen, namelijk de Olympische Spelen en het WK voetbal. Er werd getracht een beeld te schetsen van de verschillende elementen die meespelen bij het evalueren van een sportevenement. Zowel economische als niet-economische effecten werden besproken zodat alle invalshoeken bestudeerd konden worden.

Een eerste besluit werd geanalyseerd uit het vergelijken van *ex ante* en *ex post* studies. *Ex ante* studies vertoonden duidelijk optimistischere effecten dan *ex post* studies. Onderschatting van de kosten en overschatting van de baten lagen aan de basis van dit verschil.

Daarnaast kon er in de literatuur geen ondersteuning gevonden worden voor significante economische effecten. Zowel op lange als, in mindere mate, korte termijn was er geen bewijs van verhoogde economische activiteit in het gastland. Zowel toerisme, tewerkstelling als handel en investeringen vertoonden geen uniforme trend. Niet-economische effecten kunnen de organisatie van een sportevenement verantwoorden mits de steun van de bevolking. Het in kaart brengen van de wensen van de bevolking is dan ook belangrijk om een volledig beeld te krijgen van deze effecten.

Verder waren er opmerkelijke resultaten te vinden bij de kosten. Vooral de mate waarin de kosten onderschat worden is zeer frappant. Een duidelijke en realistische raming is dan ook noodzakelijk om een goede inschatting te kunnen maken en beslissingen hierop af te stemmen. Goede planning en een sterke organisator kunnen de kosten binnen de grenzen houden, zodat er geen jarenlange afbetaling dient plaats te vinden.

Landen moeten zich ervan bewust zijn dat de economische effecten van het organiseren van de Olympische Spelen of het WK voetbal tegenvallen en hun doelstelling hieraan aanpassen. Indien er andere doelstelling worden vooropgesteld en hier duidelijke initiatieven voor zijn, dan kan een kandidatuur succesvol zijn. Een conservatievere aanpak zal een positief effect hebben op de baten van een sportevenement. Ook het IOC en de FIFA dienen zich bewust te zijn van de resultaten en hun model hieraan aan te passen. Steeds meer zijn landen en hun bevolking

bewust van de effecten. Indien ook de overkoepelende organisaties niet mee evolueren, zullen zij in de toekomst hier de gevolgen van dragen.

3 Kosten-batenanalyse

Zoals reeds in het eerste deel besproken, kunnen economische impactstudies een vertekend beeld geven. Een kosten-batenanalyse kan dan een betere optie zijn voor het inschatten van de haalbaarheid van een sportevenement. In volgende paragrafen zal nader worden toegelicht wat een kosten-batenanalyse is, welke voordelen het biedt en hoe het kan worden opgesteld.

3.1 Definitie van een kosten-batenanalyse

Een kosten-batenanalyse is een van de evaluatiemethoden die gebruikt kunnen worden bij het beoordelen van een project. De Europese Commissie geeft in zijn gids voor kosten-batenanalyses volgende definitie:

“Cost-Benefit Analysis (CBA) is an analytical tool for judging the economic advantages or disadvantages of an investment decision by assessing its costs and benefits in order to assess the welfare change attributable to it (European Commission, 2014).”

Een tweede definitie wordt gegeven door Boardman et al. (2001):

“Cost-benefit analysis is a policy assessment method that quantifies in monetary terms the value of all policy consequences to all members of society. The net social benefits measure the value of the policy.”

Zoals af te leiden valt uit de twee definities zal een kosten-baten analyse een afweging maken tussen de kosten en baten voor de hele maatschappij. Er wordt dan ook vaak gesproken van een maatschappelijke kosten-batenanalyse (MKBA). Een MKBA is dan ook gebaseerd op de principes van welvaartseconomie. (Taks et al., 2011) Anders dan bijvoorbeeld voor bedrijven zal een MKBA niet enkel de private kosten en baten in rekening brengen, maar ook de sociale effecten. Alle voor- en nadelen voor de hele maatschappij zullen tegen elkaar worden afgewogen zodat een ruimer perspectief verkregen wordt. Een MKBA is een hulpmiddel voor het maken van investeringsbeslissingen in het sociale gebied. (Boardman et al., 2001) Beleidsbepalers kunnen aan de hand van een MKBA betere inzichten krijgen in de effecten van een project of verschillende projecten vergelijken en zo tot gegronde beslissingen komen.

3.2 Gebruik van een MKBA

Faber and Mulders (2012) geven in hun werk vier redenen voor het opstellen van een MKBA. Een eerste reden is dat een MKBA beter onderbouwde beleidsbeslissingen oplevert omdat het diepere inzichten in de gevolgen van beleidsopties geeft. De tweede reden is dat een MKBA de complexe effecten van beleid op verschillende terreinen inzichtelijker maakt. Daarnaast kan een MKBA nieuwe of verbeterde beleidsalternatieven opleveren. Ten slotte vergroot een MKBA de transparantie en controleerbaarheid van de overheid en creëert het een draagvlak voor de uitkomst van een beleidsproject.

3.2.1 Soorten MKBA

Volgende punten zullen kort de verschillende soorten MKBA's bespreken. Het verschil tussen *ex ante* en *ex post* MKBA en partiële en integrale MKBA.

3.2.1.1 *Ex ante of ex post MKBA*

Een MKBA kan op verschillende momenten worden uitgevoerd. Een *ex ante* MKBA zal plaatsvinden voordat het project van start gaat en zal bijdragen aan de beslissing om een project al dan niet uit te voeren. Daarnaast is er nog de *ex post* MKBA, die uitgevoerd wordt na afloop van het project. Beleidsbepalers kunnen aan de hand van deze MKBA analyseren of een project interessant was. Verder kunnen MKBA's ook tijdens een project worden uitgevoerd en kunnen eigenschappen vertonen van zowel *ex ante* als *ex post* MKBA's. Ook kunnen *ex post* en *ex ante* MKBA's met elkaar vergeleken worden om tot inzichten te komen. De vergelijkingen geven informatie over de moeilijkheden en nauwkeurigheid van de MKBA. Deze informatie kan dan gebruikt worden voor het optimaliseren van toekomstige MKBA's. (Boardman et al., 2001)

3.2.1.2 *Partiële of integrale MKBA*

Naast het onderscheid tussen *ex ante* en *ex post* MKBA's kan er ook een onderscheid worden gemaakt tussen partiële en integrale MKBA's. Het verschil tussen deze twee ligt in het feit dat een partiële MKBA geen rekening houdt met de indirecte welvaartseffecten, wat bij een integrale MKBA wel het geval is. B. De Brabander (2005) haalt aan dat een partiële MKBA niet noodzakelijk tot onvolledige informatie of onderschatting van de welvaartseffecten hoeft te leiden. Hij stelt dat de extra informatie bij een integrale MKBA vaak herverdelingseffecten

betreft en er dus geen verandering in welvaartseffecten is voor de samenleving. (B. De Brabander, 2005; European Commission, 2014)

3.2.2 Maatschappelijk standpunt

In een MKBA zijn 2 concepten van welvaartstheorie belangrijk voor het beoordelen van de wenselijkheid van een project. Een eerste concept is Pareto-efficiëntie. Pareto-efficiëntie of het Pareto-optimum wordt bereikt indien er zich een situatie voordoet waarin een persoon zich slechts kan verbeteren (welvaartsverhoging) indien er iemand anders tegelijkertijd slechter af is (welvaartsverlies). Indien dit optimum zich voordoet zullen er geen projecten meer ontwikkeld worden omdat dit altijd ten koste gaat van iemands welvaart. Opdat er toch projecten kunnen overwogen worden waar er zowel winnaars als verliezers zijn, wordt er gebruik gemaakt van het Kaldor-Hicks criterium. Het Kaldor-Hicks criterium, ook wel compensatiecriterium genoemd, stelt dat een project alleen moet worden uitgevoerd als de winnaars de verliezers volledig kunnen compenseren en nog steeds beter af zijn. Indien de opgetelde baten groter zijn dan de opgetelde kosten zal een project sociaal wenselijk zijn. (B. De Brabander, 2005; Boardman et al., 2001)

3.3 Stappenplan en concepten van een MKBA

In de volgende paragrafen wordt een stappenplan toegelicht voor het opstellen van een MKBA. Het stappenplan is gebaseerd op het stappenplan van Boardman et al. (2001). Bij het bespreken zullen de belangrijkste concepten rond MKBA aan bod komen en verder worden toegelicht. De verschillende stappen zijn:

1. Omschrijf de verschillende alternatieven
2. Kies een standpunt
3. Catalogeer de impacts en kies meetindicatoren
4. Voorspel en kwantificeer de effecten over de levensduur van het project
5. Geef een geldwaarde aan de verschillende impacts
6. Verdisconteer de kosten en baten naar hetzelfde tijdstip
7. Bereken de netto contante waarde (NCW)
8. Voer een sensitiviteitsanalyse uit
9. Maak aanbevelingen op basis van de NCW en sensitiviteitsanalyse

3.3.1 Omschrijf de verschillende alternatieven

In de eerste stap zullen de onderzoekers de verschillende alternatieven moeten omschrijven en oplistten om zo een beeld te krijgen van de mogelijkheden. De alternatieven zullen tegen elkaar worden afgewogen om de beste beslissing te nemen voor de samenleving. Bij het analyseren van een project zal er dus moeten gekeken worden naar het nulalternatief, de best mogelijke alternatieve aanwending van de middelen. Het kan ook gebeuren dat er geen alternatieven voorhanden zijn. Het is dan aangeraden om te vergelijken met een risicovrije belegging van de middelen. (B. De Brabander, 2005; Boardman et al., 2001)

3.3.2 Kies een standpunt

Een MKBA kan vanuit verschillende standpunten bekeken worden. Het kiezen van welk standpunt er gekozen wordt vormt dan ook stap 2. Meestal behelzen de verschillende standpunten geografische gebieden. Zo kan voor een project de lokale (gemeente of stad), provinciale, gewestelijke of nationale impact berekend worden. Het kiezen van het standpunt heeft gevolgen voor welke kosten en baten al dan niet in rekening dienen gebracht te worden. Indien bijvoorbeeld gekozen wordt om een MKBA te maken van een sportevenement voor de provincie Limburg zullen de extra hotelovernachtingen, ten gevolge van het sportevenement, in de provincie Antwerpen niet meegenomen worden in de analyse. (Boardman et al., 2001)

3.3.3 Catalogeer de impacts en kies meetindicatoren

Nu bekend is vanuit welk(e) standpunt(en) het project zal bekeken worden, kunnen de verschillende impacts worden gecatalogeerd. Daarnaast zal er ook een eenheid worden gegeven aan de verschillende effecten. Deze eenheid zal belangrijk zijn in het kwantificeren van de effecten. De effecten zullen worden onderverdeeld in kosten en baten. Elk project heeft verschillende soorten effecten. Volgende typen effecten kunnen worden onderscheiden:

- Directe & indirecte effecten: Directe effecten zijn rechtstreekse effecten van het uitvoeren van het project terwijl indirecte effecten onrechtstreekse effecten zijn van het project. B. De Brabander (2005) haalt aan dat indirecte effecten vaak niet worden opgenomen in een MKBA omdat deze vaak pas verder in de tijd ontstaan en hun impact verminderd zien door verdiscontering. Daarnaast is de relatie met de directe effecten niet altijd duidelijk waardoor het moeilijk is om ze precies te kwantificeren. Ook wijst B.

De Brabander (2005) op het gevaar voor dubbelstellingen bij het apart waarderen van indirecte effecten.

- Bedoelde & onbedoelde effecten: Zoals de benaming het zegt zijn onbedoelde effecten bijkomende effecten die, in tegenstelling tot de bedoelde effecten, niet voortkomen uit de initiële motivatie van het project. Zowel de bedoelde als onbedoelde effecten kunnen directe of indirecte effecten zijn. (B. De Brabander, 2005)
- Meetbare & niet-meetbare effecten: Meetbare effecten zijn effecten waarvoor er marktprijzen beschikbaar of afleidbaar zijn. Voor niet-meetbare effecten is dit niet het geval. Dit wil echter niet zeggen dat deze effecten niet opgenomen moeten worden in de MKBA. Ook niet-meetbare effecten kunnen een belangrijke rol spelen in een MKBA en het is dus noodzakelijk om deze te vermelden. Een veel voorkomend voorbeeld van een niet-meetbaar effect is de besparing van een mensenleven door een project voor de verkeersveiligheid. (B. De Brabander, 2005)

3.3.4 Voorspel en kwantificeer de effecten over de levensduur van het project

Nu de effecten zijn onderverdeeld in de verschillende categorieën is de volgende stap het kwantificeren van deze effecten over de levensduur van het project heen. Deze berekeningen van de verschillende impacts zullen niet altijd even gemakkelijk verlopen maar zijn essentieel voor een MKBA. In deze stap zal bijvoorbeeld berekend worden hoeveel mensenlevens er bespaard kunnen worden met het aanleggen van een rotonde op een gevaarlijk kruispunt. Het is belangrijk dat de assumpties goed worden beargumenteerd om de kwaliteit van de MKBA te garanderen. (Boardman et al., 2001; Faber & Mulders, 2012)

3.3.5 Geef een geldwaarde aan de verschillende impacts

De effecten die in de vorige stap werden berekend zullen in stap 5 in een geldwaarde worden uitgedrukt. Voor geldstromen of effecten waarvoor er een markt beschikbaar is, zal deze stap geen al te groot probleem vormen. Maar voor de effecten waar geen marktprijzen beschikbaar of afleidbaar zijn, de niet-meetbare effecten, is deze stap complexer. Via *shadow prices* zal een poging worden gedaan om ook deze effecten te monetariseren. Dankzij het monetariseren van alle effecten kunnen deze met elkaar vergeleken worden en tegen elkaar worden afgewogen. (B. De Brabander, 2005; Boardman et al., 2001; Faber & Mulders, 2012)

3.3.5.1 *Shadow prices*

Indien er geen goede maatstaf voorhanden is om de waarde te bepalen van de effecten van een project zullen er *shadow prices* of schaduw prijzen gebruikt worden. Deze schaduw prijzen zijn dan een inschatting van wat de effecten waard zijn voor de samenleving. Via verschillende methoden wordt er getracht de geldwaarde te bepalen van deze schaduw prijzen. Twee belangrijke methoden voor het bepalen van schaduw prijzen zijn *willingness to pay* en opportuniteitskosten. (Boardman et al., 2001; Dwyer & Forsyth, 2009)

3.3.5.1.1 *Willingness to pay*

Willingness to pay is een methode die meet hoeveel de bevolking (of delen ervan) bereid is maximaal te betalen voor een bepaald effect. *Willingness to pay* wordt dan ook gebruikt om de geldwaarde in te schatten van de directe effecten verbonden aan het project. (Boardman et al., 2001; European Commission, 2014) Aan de hand van bijvoorbeeld enquêtes kan er een inschatting worden gemaakt van de bereidheid tot betalen voor een effect.

3.3.5.1.2 *Opportuniteitskosten*

Om een project te realiseren zijn middelen nodig, deze middelen zouden natuurlijk ook voor andere projecten kunnen gebruikt worden. Opportuniteitskost geeft dan de kost weer van de beste alternatieve aanwending van deze middelen. Opportuniteitskosten vertegenwoordigen de waarde die de maatschappij is misgelopen voor het gebruiken van de middelen voor het project. (Boardman et al., 2001)

3.3.6 *Verdisconteer de kosten en baten naar hetzelfde tijdstip*

Wanneer de kosten en baten allemaal uitgedrukt zijn in een geldwaarde is het noodzakelijk om deze tegen elkaar af te wegen op hetzelfde referentiemoment. Hiervoor worden de effecten verdisconteerd naar eenzelfde tijdstip aan de hand van een discontovoet. Er dient verdisconteerd te worden omdat mensen opbrengsten vandaag verkiezen boven die in de toekomst. Er zou immers belegd kunnen worden waardoor men in de toekomst dezelfde opbrengst heeft inclusief interest. Daarnaast bestaat er over kosten en baten die verder in de toekomst liggen een grotere onzekerheid. Door deze te verdisconteren zullen effecten verder in de toekomst een minder grote impact hebben dan effecten in de nabije toekomst. Als alle

kosten en baten verdisconteerd zijn naar eenzelfde tijdstip, dan is de huidige waarde van de kosten en baten van het project bekend. Aan de hand van volgende formule zullen de kosten en baten verdisconteerd worden:

$$\sum_{t=0}^T \left[\frac{B_t}{(1+r)^t} \right] \quad \text{of} \quad \sum_{t=0}^T \left[\frac{K_t}{(1+r)^t} \right]$$

T = duurtijd van het project

B_t = Baten op tijdstip t

K_t = Kosten op tijdstip t

r = discontovoet

Meestal wordt de discontovoet afgeleid uit een risicoloze belegging zoals een overheidsobligatie. Er zijn ook nog andere opvattingen maar deze vallen buiten het bereik van deze thesis. (B. De Brabander, 2005; Boardman et al., 2001)

3.3.7 Bereken de netto contante waarde (NCW)

Na het verdisconteren van de kosten en baten naar hetzelfde referentiepunt kunnen deze worden vergeleken. Het beslissingscriterium hier zal de netto contante waarde (NCW) zijn. De NCW weegt de verdisconteerde kosten en baten tegen elkaar af en indien er een positieve uitkomst is, is er ook een positief advies voor het project. Indien er een negatieve uitkomst is zal het project worden afgeraden aangezien de kosten de baten overstijgen.

$$\begin{aligned} \text{NCW} = \sum_{t=0}^T \left[\frac{B_t}{(1+r)^t} \right] - \sum_{t=0}^T \left[\frac{K_t}{(1+r)^t} \right] > 0 & \rightarrow \text{positief advies voor project} \\ < 0 & \rightarrow \text{negatief advies voor project} \end{aligned}$$

Indien er meerdere alternatieven (met dezelfde looptijd) zijn wordt gekozen voor het alternatief met de hoogste NCW. Ook het vergelijken van alternatieven met verschillende looptijden kan uitgevoerd worden aan de hand van NCW maar valt buiten het bereik van deze thesis. (B. De Brabander, 2005; Boardman et al., 2001)

3.3.8 Voer een sensitiviteitsanalyse uit

Het eerste beeld van de projecten is nu gevormd maar deze berekeningen zijn gebaseerd op assumpties en schattingen. Het is dan ook belangrijk om de risico's en onzekerheden van deze assumpties te bekijken. Aan de hand van een sensitiviteitsanalyse kan er geanalyseerd worden in welke mate de uitkomsten van de projecten zullen variëren indien er bepaalde parameters veranderen. Bij het bestuderen van deze verschillende scenario's kan er een dieper inzicht worden verkregen in de mogelijke resultaten van de projecten. (B. De Brabander, 2005; Boardman et al., 2001; European Commission, 2014; Faber & Mulders, 2012) Een sportevenement is bijvoorbeeld onder andere afhankelijk van het aantal toeschouwers dat aanwezig zal zijn. Hoeveel toeschouwers aanwezig zullen zijn wordt geschat aan de hand van de opkomst bij gelijkaardige evenementen. Maar stel nu dat het heel de periode van het evenement extreem slecht weer is dan zullen veel minder toeschouwers naar het evenement komen waardoor ook de resultaten beïnvloed worden. Een sensitiviteitsanalyse tracht deze omstandigheden en hun effecten op het resultaat in kaart te brengen.

3.3.9 Maak aanbevelingen op basis van de NCW en sensitiviteitsanalyse

Als laatste stap dienen alle projecten met elkaar vergeleken te worden. Normaal wordt gekozen voor het alternatief met de hoogste NCW maar een sensitiviteitsanalyse kan ons leren dat bepaalde projecten louter positief zijn indien aan bepaalde criteria voldaan is. Daarom is het belangrijk om de sensitiviteitsanalyse goed te analyseren. Soms kan het project met de hoogste NCW minder interessant zijn omdat een van de parameters slechts een kleine kans heeft om gerealiseerd te worden. B. De Brabander (2005) geeft volgend voorbeeld van twee projecten, waar de percentages de kans op een bepaald scenario voorstellen:

$$\text{Project A: } (40\% * 130) + (60\% * 400) = 292$$

$$\text{Project B: } (10\% * 2\,000) + (90\% * 102) = 292$$

Beide projecten hebben eenzelfde NCW, maar de kans dat project B zijn meest positieve scenario realiseert is slechts 10%. Bij het nemen van de beslissingen zal de beleidsbepaler moeten kiezen welk project het beste aansluit bij de doelstelling en hoe men deze wil realiseren. (B. De Brabander, 2005; Boardman et al., 2001)

4 Onderzoek naar sportevenementen in België

Gebaseerd op de literatuurstudie naar de economische impact van sportevenementen, waar de focus op de Olympische Spelen en WK voetbal lag, wordt er in dit hoofdstuk eigen onderzoek naar het Belgisch Kampioenschap wielrennen voorgesteld.

4.1 Belgisch Kampioenschap Wielrennen

De recente switch van de startplaats van de Ronde van Vlaanderen 2017 van Brugge naar Antwerpen heeft heel wat stof doen opwaaien. Antwerpen betaalde €400.000 om het startschot van “Vlaanderens Mooiste” te mogen geven (Cobbaert, 2016). België is gek van de koers, maar hoe groot is het economische en maatschappelijke verschil tussen een nationale wielervedstrijd en internationale sportevenementen zoals de Olympische Spelen en het WK voetbal? Tijdens dit onderzoek wordt er dan ook getracht om een beeld te schetsen van het Belgisch Kampioenschap Wielrennen en zijn economische en maatschappelijke waarde voor een stad of gemeente. Via een kosten-baten analyse wordt er geprobeerd een zo compleet mogelijk overzicht te geven van de verschillende aspecten die de organisatie van een Belgisch Kampioenschap met zich meebrengt. Na een korte introductie over de techniek van kosten-batenanalyse en het Belgisch Kampioenschap, volgt de analyse van de baten die de organisatie van een Belgisch Kampioenschap met zich meebrengt. Er wordt afgesloten met een vergelijking met internationale sportevenementen en de conclusies.

Het Belgisch Kampioenschap Wielrennen is het nationale kampioenschap voor Belgische eliterenners en -rensters. Renners dienen minstens 23 jaar oud of lid van een professioneel team te zijn. Voor rensters ligt de leeftijd op minstens 19 jaar. Sinds 2011 worden het Belgisch Kampioenschap voor heren en vrouwen op dezelfde locatie gereden.

Het Belgisch Kampioenschap wordt éénmaal per jaar georganiseerd en is handen van de Koninklijke Belgische Wielrijdersbond (KBWB). Steden en gemeenten kunnen zich kandidaat stellen voor het organiseren van het Belgische Kampioenschap. Ze hebben de keuze uit verschillende categorieën en meestal vormen de jeugd categorieën de voorbereiding voor het Belgische Kampioenschap voor elites. De stad of gemeente koopt de organisatie van de KBWB en samen zullen ze het Belgische Kampioenschap in goede banen leiden. De gemeenten kunnen zelf het Belgisch Kampioenschap organiseren of uitbesteden en optreden als een soort sponsor. Bij

het zelf organiseren zullen alle baten en kosten voor rekening van de gemeente of stad zijn. Indien het wordt uitbesteed zullen er afspraken gemaakt worden over de verdeling van de baten en kosten. In dit onderzoek wordt de assumptie gemaakt dat een gemeente of stad zelf organiseert en dus alle kosten en baten voor eigen rekening zijn. De afgelopen jaren vond het Belgisch Kampioenschap plaats in: Leuven (2010), Hooglede (2011), Geel (2012), La Roche-en-Ardenne (2013), Wielsbeke (2014), Tervuren (2015) en Les Lacs de l'Eau d'Heure (2016).

Hieronder worden de baten en kosten voor de organisatie van het Belgisch Kampioenschap opgelijst en uitgewerkt.

4.1.1 Baten

De belangrijkste baten bestaan uit de bestedingen en overnachtingen van de bezoekers, de VIP's en de renners met hun entourage, de opbrengsten uit ticketverkoop, sponsoring en citymarketing. Zij worden hieronder nader toegelicht.

Bij elk onderdeel zal er opsplitsing worden gemaakt tussen verschillende scenario's, een pessimistisch, gewoon en optimistisch scenario. Het pessimistische scenario gaat uit van een "worst case"-scenario. In dit scenario zullen de laagste inschattingen van de verschillende baten worden samengevoegd. Bij het gewoon scenario wordt er uitgegaan van het meest waarschijnlijke scenario. En in het optimistische scenario zullen de meest positieve cijfers geïmplementeerd worden. In eerste instantie zal blijken dat de verschillende scenario's een weerspiegeling zijn van de grootte van de gemeente of stad. Verder zal duidelijk worden dat dit niet noodzakelijk het geval hoeft te zijn. Zo kan bijvoorbeeld een kleine gemeente op vlak van sponsorinkomsten tot het optimistische scenario behoren. De scenario's zijn dan ook slechts ruwe richtlijnen waarvan combinaties mogelijk zijn.

4.1.1.1 Bezoekers

Een Belgisch Kampioenschap brengt net als elk sportevenement veel bezoekers op de been. Bezoekers kunnen worden onderverdeeld in verschillende subcategorieën met andere bestedingspatronen. De toeschouwers vormen een eerste categorie; de renners, hun entourage en de media een tweede; en als derde zijn er de VIP's. De totale economische impact van de bezoekers wordt gemeten door de extra bestedingen die worden gemaakt dankzij de aanwezigheid van het Belgisch Kampioenschap. De totale bestedingen hangen in de eerste

plaats af van de bezoekersaantallen en hun gemiddelde bestedingen. In de volgende paragrafen wordt hier dan ook dieper op ingegaan.

4.1.1.1.1 Bezoekersaantallen

Zoals eerder aangehaald, is de totale besteding van de bezoekers tijdens het Belgisch Kampioenschap afhankelijk van het aantal bezoekers. Het is wel belangrijk dat enkel het aantal additionele bezoekers in rekening worden gebracht, aangezien er verondersteld wordt dat de netto-bestedingen van de lokale bevolking in de lokale economie grotendeels ongewijzigd blijven.

De determinanten die een invloed hebben op het aantal toeschouwers, zijn o.a. de grootte van de stad/gemeente, de weersomstandigheden, de bereikbaarheid, de aard van het parcours, de aanwezigheid van populaire favoriete renners. Uit het overzicht van het effectieve aantal toeschouwers van de voorbije Belgische Kampioenschappen (tabel 6) kan er een eerste beeld gevormd worden.

Tabel 6: Aantal toeschouwers bij het BK

Jaar	Plaats	Toeschouwers
2015	Tervuren	20.000
2014	Wielsbeke	25.000
2013	La Roche-en-Ardenne	15.000
2012	Geel	30.000 – 35.000
2011	Hooglede	25.000 – 30.000
2010	Leuven	75.000

Bronnen: (BK Geel, 2012; Focus, 2014; HLN, 2010; Knack, 2011; Tervuren, 2015; Tvlux, 2013).

Zoals uit bovenstaande tabel 6 geconcludeerd kan worden, liggen de toeschouwersaantallen meestal tussen de 20.000 en 30.000. Uitschieters in positieve en negatieve zin zijn de editie van 2010 in Leuven, waar er maar liefst 75.000 toeschouwers opdaagden, en de editie van 2013 in La Roche-en-Ardenne waar er slechts 15.000 toeschouwers waren. Enkele determinanten van het aantal toeschouwers zijn: het weer, bereikbaarheid, parcours en grootte van de stad. Uit deze cijfers kan een eerste prognose worden gemaakt voor het Belgisch Kampioenschap in het

algemeen. Indien er abstractie wordt gemaakt van de twee uitersten, trekt een gewone editie gemiddeld 26.250 toeschouwers.

Tabel 7: Berekening toeschouwers gewoon scenario

Jaar	Plaats	Toeschouwers
2015	Tervuren	20.000
2014	Wielsbeke	25.000
2012	Geel	32.500
2011	Hooglede	27.500
Gemiddeld		26 250

Bron: Eigen berekening

Zoals reeds aangehaald, worden er enkel bezoekers van buiten de gemeente/stad waar het Belgisch Kampioenschap plaatsvindt, opgenomen in de berekening. Het is dus belangrijk om het aantal bezoekers te kennen dat afkomstig is van buiten de gemeente/stad.

In onderstaande tabel 8 wordt een overzicht gegeven van verschillende studies die de herkomst van bezoekers van wielerevenementen onderzochten. Deze studies hebben betrekking op wielerevenementen in Nederland. Wegens het gebrek aan Belgische cijfers en gezien de gelijkenissen tussen Nederland en België, wordt verondersteld dat het percentage in dezelfde lijn zal liggen voor België. Bij het analyseren van de resultaten valt het meteen op dat de Tour de France en de Giro d'Italia hoger scoren dan de andere evenementen. Deze hogere percentages zijn te verklaren door de populariteit van de Tour de France en in mindere mate de Giro d'Italia. Een belangrijk verschil tussen nationale kampioenschappen en andere wielerevenementen is de afwezigheid van internationale toprenners. Tijdens een nationaal kampioenschap mogen uiteraard enkel renners deelnemen van het organiserende land. Hierdoor verliezen deze nationale kampioenschappen de aantrekkingskracht van internationale toppers en zullen weinig tot geen buitenlandse supporters naar het wielerevenement afzakken. Voor het berekenen van de impact van het Belgisch Kampioenschap het gemiddelde percentage van de verschillende worden berekend. Belangrijk is dat bovenstaande opmerking omtrent de aantrekkingskracht van internationale toppers in overweging wordt genomen.

Tabel 8: Aandeel additionele bezoekersinstroom naar Nederlandse wielerevenementen

Jaar	Stad	Evenement	Additionele bezoekers
2001	Nijmegen	Nederlands Kampioenschap	50%
2009	Drenthe	Start La Vuelta	45,7%
2010	Amsterdam	Start Giro d'Italia	64%
2010	Rotterdam	Start Tour de France	73%
2012	Zuid-Limburg	Wereldkampioenschap	53%
2015	Utrecht	Start Tour de France	62%
Gemiddelde			57,95%

Bronnen: (Gool et al., 2009; Hover & Bakker, 2015; Meerwaarde Sport en Economie, 2010; Verhaaren, 2001; Vogelaar, 2010; ZUYD, 2012) en eigen berekening.

Uit de berekening wordt een percentage van 57,95% verkregen. Gemiddeld zullen 57,95% van de toeschouwers die op een Belgisch Kampioenschap wielrennen aanwezig zijn additionele toeschouwers zijn. Om het aantal additionele bezoeker te kennen, wordt het percentage additionele bezoekers vermenigvuldigd met het totale aantal bezoekers volgens elk scenario. Volgens het pessimistische scenario zal een Belgisch Kampioenschap 7.500 additionele bezoekers opleveren, het gewone scenario levert 13.125 extra bezoekers en voor het optimistische scenario zijn dit er 37.500.

Tabel 9: Prognose additionele bezoekers bij BK

Scenario	Berekening	Additionele Bezoekers
Pessimistisch scenario	15 000 * 57,95% =	8.693
Gewoon scenario	26 250 * 57,95% =	15.212
Optimistisch scenario	75 000 * 57,95% =	43.463

Bron: Eigen berekeningen (af rondingen)

4.1.1.1.2 Gemiddelde besteding door bezoekers

Na de schatting van het aantal extra bezoekers op het Belgisch Kampioenschap, moet er ingeschat worden hoeveel de gemiddelde dagbesteding van deze bezoekers in de lokale

economie bedraagt. Het kan hier bijvoorbeeld gaan om uitgaven voor voedsel, vervoer en bestedingen in de lokale winkels. In tabel 10 staan de dagelijkse bestedingen voor enkele evenementen opgelijst, op basis waarvan een inschatting gemaakt zal worden voor het Belgisch Kampioenschap.

Tabel 10: Dagbestedingen van bezoekers tijdens Nederlandse en Belgische wielerevenementen

Jaar	Stad	Evenement	Bestedingen
2001	Nijmegen	Nederlands Kampioenschap	€11,34
2009	Drenthe	Start La Vuelta (Ronde van Spanje)	€34,66
2010	Amsterdam	Start Giro d'Italia (Ronde van Italië)	€38,98
2010	Rotterdam	Start Tour de France (Ronde van Frankrijk)	€29,66
2012	Zuid-Limburg	Wereldkampioenschap	€34,00
2015	Utrecht	Start Tour de France (Ronde van Frankrijk)	€25,00
2015	Antwerpen	Tour de France (Ronde van Frankrijk)	€30,00

Bronnen: (Gool et al., 2009; Hover & Bakker, 2015; MADE4IT, 2015; Meerwaarde Sport en Economie, 2010; Verhaaren, 2001; Vogelaar, 2010; ZUYD, 2012).

Bovenstaande tabel 10 toont aan dat er tijdens de Giro d'Italia van 2010 in Amsterdam het meeste uitgegeven werd, namelijk €38,98 per dag. Het laagste bedrag werd besteed tijdens het Nederlands Kampioenschap van 2001 in Nijmegen, namelijk slechts €11,34 per dag. Ook hier worden de twee uitersten als het optimistische en pessimistische scenario weerhouden. Voor het gewone scenario wordt het gemiddelde van de bedragen zonder de 2 uitersten berekend, wat resulteert in een besteding van €30,66 per dag.

Tabel 11: Berekening bestedingen tijdens het Belgisch Kampioenschap volgens het gewoon scenario

Jaar, evenement	Plaats	Bestedingen
2009, La Vuelta	Drenthe	€34,66
2010, Tour de France	Rotterdam	€29,66
2012, Wereldkampioenschap	Zuid-Limburg	€34,00
2015, Tour de France	Utrecht	€25,00
2015, Tour de France	Antwerpen	€30,00
Gemiddeld		€30,66

Bron: Eigen berekeningen

Nu het aantal additionele bezoekers en de gemiddelde dagbestedingen bekend zijn, kan de totale impact van de bezoekers geschat worden volgens de 3 scenario's. Zoals samengevat in tabel 12 zullen de totale bestedingen van de additionele bezoekers onder het pessimistische scenario €98.578,62 en onder het optimistische scenario €1.694.187,74 bedragen. Onder het gewone scenario zullen de totale bestedingen van de extra bezoekers €466.399,92 bedragen.

Tabel 12: Prognose totale bestedingen van additionele bezoekers tijdens het Belgisch Kampioenschap

Scenario	Berekening	Totale bestedingen Additionele bezoekers
Pessimistisch scenario	8.693 * €11,34 =	€98.578,62
Gewoon scenario	15.212 * €30,66 =	€466.399,92
Optimistisch scenario	43.463 * €38,98 =	€1.694.187,74

Bron: eigen berekeningen.

4.1.1.1.2.1 VIP's

In de bovenstaande berekeningen werd geen onderscheid gemaakt tussen gewone bezoekers en VIP's. De reden hiervoor is dat VIP-arrangementen grotendeels samenvallen met sponsoring. Uit gesprekken met verschillende organisatoren is gebleken dat de VIP's en sponsors eenzelfde inkomstenbron vormen. Het grootste deel van de VIP-plaatsen wordt dan ook bezet door sponsors en slechts een miniem deel wordt opgekocht via individuele verkoop. In de volgende

paragraaf zullen dan ook enkel de belangrijke verschillen tussen VIP's en gewone bezoekers worden aangekaart. Bij het bespreken van de sponsorinkomsten zullen de VIP's verder aan bod komen.

Een eerste verschil is dat de bestedingen van de gewone bezoekers terecht komen in lokale economie, zoals horeca, kledingzaken en andere. Voor de VIP's komen de bestedingen echter terecht bij de organisatie. Op vraag van en in samenwerking met de KBWB voorziet de organisatie immers de mogelijkheid voor het ontvangen van VIP's. De KBWB vraagt aan de organisatie een bepaald aantal VIP-plaatsen; de organisatie mag de VIP-zaal verder vullen met zelf uitgenodigde VIP's. De opbrengsten van de eigen VIP's zijn dan ook voor de rekening van de organisatie (KBWB, 2015). Het verschil zit dus in het feit dat de opbrengsten van de VIP's rechtstreeks aan de organisatie toekomen, terwijl de opbrengsten van de gewone bezoekers in de lokale economie terecht zullen komen en zo een surplus voor de gemeente/stad betekenen. Uiteraard heeft dit geen impact op het saldo van de maatschappelijke kosten-batenanalyse.

Het tweede verschil zit in het feit dat VIP's meer besteden dan gewone bezoekers. Dit was ook een bevinding tijdens het onderzoek van het WK Wielrennen in Zuid-Limburg van 2012 (ZUYD, 2012).

Als laatste verschil zijn er de positieve effecten op de relaties tussen VIP's en hun bedrijven of organisaties. Zoals reeds aangehaald zijn VIP-arrangementen erg in trek bij sponsors, die daardoor sneller geneigd zijn om te sponsoren. Daarnaast kunnen er tijdens het Belgische Kampioenschap relaties worden opgebouwd die in de toekomst waardevol kunnen zijn.

4.1.1.1.2.2 Overnachtingen

Bij bovenstaande berekeningen voor de bestedingen werd geen rekening gehouden met de bestedingen aan overnachtingen. Gelet op het feit dat er enkel Belgische en weinig tot geen buitenlandse supporters aanwezig zullen zijn op een Belgisch Kampioenschap, kunnen de resultaten van studies betreffende de Tour de France of Giro d'Italia niet worden overgenomen.

Een tweede verschil is dat er bij wielerevenementen zoals de Tour de France of de Giro d'Italia vaak meerdere ritten gespreid over meerdere dagen plaatsvinden, terwijl het nationaal Kampioenschap op één dag betwist wordt. Gelet op deze verschillen worden de schaarse

overnachtingen dus niet opgenomen in deze KBA, hoewel ook hier enige toegevoegde waarde zal gecreëerd worden.

4.1.1.1.3 Renners, entourage en media

Niet alleen bezoekers zullen consumeren in de lokale economie, maar ook de ploegen en de media zullen tijdens het Belgisch kampioenschap toegevoegde waarde creëren. Zij zouden immers niet aanwezig zijn in de gemeente/stad indien het Belgisch Kampioenschap er niet had plaatsgevonden. Er kan dus gesteld worden dat hun bestedingen additioneel zijn. Voor deze categorie bezoekers wordt er geen onderscheid gemaakt tussen het pessimistisch, normaal en optimistisch scenario, omdat er ongeacht het weer, de bereikbaarheid en de grootte van de gemeente of stad altijd ongeveer evenveel renners en media aanwezig zullen zijn. De lokale bestedingen van de media zijn echter verwaarloosbaar en zullen hier niet verder bestudeerd worden. Voor de wielerploegen ligt dit anders; zij zullen vaak eerst nog overnachten en hebben naast de renners ook nog een hele équipe van technisch, medisch en sportief ondersteunend personeel.

Om de totale impact van de wielerploegen te schatten, wordt op dezelfde manier tewerk gegaan als bij de supporters. Aan de hand van studies wordt dus getracht een schatting voor het Belgisch Kampioenschap te verkrijgen. In de studies spreekt men over een verhouding van 1,5 extra personeel per renner (Hover & Bakker, 2015; MADE4IT, 2015). Voor het laatste Belgisch Kampioenschap in les Lacs de l'Eau d'Heure waren er in totaal 258 deelnemers, 123 mannelijke en 135 vrouwelijke (KBWB, 2016a, 2016b). Renners en ondersteunend personeel zijn dus met 645 personen.

Om de bestedingen van deze groep bij benadering te kennen, worden de dagbestedingen van een bezoeker onder het gewone scenario genomen en worden de overnachtingen er aan toegevoegd. In de studie voor de Tour de France in Antwerpen van 2015 bedroeg de kostprijs van een overnachting €72,35 (MADE4IT, 2015). Dit cijfer zal toegepast worden om een globale waarde voor alle Belgische Kampioenschappen te krijgen.

Uit bovenstaande gegevens kan worden afgeleid dat de wielerploegen goed zijn voor een totale besteding van: $645 * (\text{€}29,26 + \text{€}72,35) = \text{€}65.538,45$

4.1.1.1.4 Inkomsten tickets

Voor alle sporten is een toegangsticket vanzelfsprekend, maar enkel in het wielrennen blijft dit een taboe. Heel uitzonderlijk dienen bezoekers te betalen voor een ticket om toegang te krijgen tot (een deel van) het parcours. De vergelijking die in de Tijd wordt gemaakt, is schrijnend: *“Je betaalt 5 euro als je naar een voetbalmatch in derde provinciale gaat kijken. Maar wie wil laten betalen voor een topkoers, wordt fijngemalen door de publieke opinie (Serrure, 2017).”*

Ook de iVOX-wielerenquête (in opdracht van het Nieuwsblad) vertelt eenzelfde verhaal. 80% van de geïnterviewde Vlamingen wil niet betalen om een klassieker live bij te wonen (Vlieger & Jacobs, 2016). De reden waarom het in de koers zo moeilijk is om toegangsprijzen te vragen, is dat de renners vaak maar 1 keer passeren (aan 50 km/u) en dit over openbare wegen. Het is onmogelijk om een heel parcours af te zetten en verkoopstandjes of ticketcontroles neer te zetten.

Voor een Belgisch Kampioenschap ligt dit echter anders: er worden meerdere rondes afgewerkt op hetzelfde parcours. Toeschouwers zien de renners dus vaker passeren. De KBWB laat de organisatie dan ook vrij om toegangsprijzen te vragen. De inkomsten uit de tickets zijn dan ook integraal voor de organisatie (KBWB, 2015). Tijdens het Belgisch Kampioenschap in Geel van 2012 werd er €15,00 per ticket gevraagd (€12,00 in voorverkoop). Enkel de inwoners van de stad Geel konden gratis tickets verkrijgen (Geel, 2012).

De KBWB stelt wel enkele voorwaarden bij het invoeren van toegangsprijzen. Zo dienen leden van de KBWB, Wielerbond Vlaanderen (WBV) en Fédération Cycliste Wallonie-Bruxelles (FCWB) korting te krijgen bij het aankopen van tickets. Daarnaast moeten houders van officiële kaarten van deze bonden gratis toegang krijgen en moet de organisatie een aantal gratis tickets voorzien voor de KBWB (KBWB, 2015).

Aangezien wielersfans nog steeds moeilijkheden hebben met het vragen van toegangsprijzen wordt de organisatie van het Belgisch Kampioenschap de keuze gelaten om ze al dan niet in te voeren. De inkomsten komen rechtstreeks toe aan de organisatie en kunnen een mooi bedrag opleveren. Kleine kanttekening is wel dat het vragen van toegangsprijzen de bezoekersaantallen en de bestedingen in andere sectoren kunnen verminderen.

Tabel 13 past de toegangsprijzen van het Belgische Kampioenschap in Geel van 2012 toe op de verschillende scenario's van additionele bezoekers. Er wordt de toegangsprijs van €12,00 gebruikt, de reden hiervoor is dat er wordt van uitgegaan dat de meeste bezoekers hun trip zorgvuldig plannen en hun tickets in voorverkoop aankochten. Hierdoor wordt er een realistische indicatie van de inkomsten voor de verkoop van tickets verkregen die schommelen tussen €104.316,00 en €521.556,00.

Tabel 13: Prognose inkomsten uit ticketverkoop

Scenario	Berekening	Additionele bezoekers
Pessimistisch scenario	8.693 * €12,00 =	€104.316,00
Gewoon scenario	15.212 * €12,00 =	€182.544,00
Optimistisch scenario	43.463 * €12,00 =	€521.556,00

Bron: eigen berekening

4.1.1.1.5 Totaal bezoekers

Het samenvoegen van de besproken componenten geeft een inzicht in de totale bestedingen van de bezoekers voor het Belgisch Kampioenschap wielrennen. In de eerste plaats is het belangrijk om het speciale geval van inkomsten uit ticketverkoop toe te lichten. Zoals reeds besproken is de organisatie vrij in het vragen van toegangsprijzen. De meeste organisaties vragen geen toegangsprijzen maar er zijn uitzonderingen. Daarnaast is het ook mogelijk dat toegangsprijzen een effect hebben op de bestedingen van de toeschouwers. In het overzicht worden de inkomsten uit toegangsprijzen dan ook apart opgeteld.

Bij het analyseren van de cijfers is merkbaar dat de resultaten kunnen variëren. Voor het pessimistische scenario wordt een waarde van €164.117,07 exclusief ticketverkoop verkregen. Het gewone en optimistische scenario laten respectievelijk €531.938,37 en €1.759.726,19 exclusief ticketverkoop optekenen. Bezoekers, renners, entourage en media zullen dus een mooie additionele economische waarde creëren voor de lokale economie. Indien er rekening gehouden wordt met de ticketverkoop liggen de totale bestedingen nog hoger. Een surplus van €268.433,07 voor het pessimistische, €714.482,37 voor het gewone en €2.281.282,19 voor het optimistische scenario. Een belangrijk voordeel van de ticketverkoop voor de organisatie is het feit dat de inkomsten rechtstreeks aan hun toekomen.

Een belangrijke vermelding is ook weggelegd voor de VIP's. De inkomsten uit hospitality zijn hier verrekend in de totale bestedingen van de additionele bezoekers. Gezien de voordelen van de inkomsten uit VIP's, kunnen zij een belangrijke bijdrage leveren aan de inkomsten van de organisatie.

Tabel 14: Prognose totale baten van de bezoekers

	Pessimistisch scenario	Gewoon scenario	Optimistisch scenario
Bestedingen additionele bezoekers	€98.578,62	€466.399,92	€1.694.187,74
Bestedingen renners, entourage en media	€65.538,45	€65.538,45	€65.538,45
Totaal bestedingen exclusief ticketverkoop	€164.117,07	€531.938,37	€1.759.726,19
Inkomsten uit ticketverkoop	€104.316,00	€182.544,00	€521.556,00
Totaal bestedingen inclusief ticketverkoop	€268.433,07	€714.482,37	€2.281.282,19

Bron: Eigen berekeningen

4.1.1.2 Sponsoring

In een studie naar variabele prijzen in het wielrennen in Vlaanderen concludeert De Winter (2014) dat sportsponsoring vaak een belangrijke inkomstenbron is voor wielervedstrijden. In ruil voor deze sponsoring krijgen bedrijven visibiliteit tijdens de wedstrijd. De organisatie zal haar uiterste best doen om alle sponsors zo goed en veel mogelijk in de kijker te plaatsen. Op de affiches, panelen en flyers zullen de namen en logo's van de sponsors zichtbaar zijn.

Naast de sponsors aangebracht door de organisatie zijn er natuurlijk ook nog de eigen sponsors van de KBWB. Het Belgisch Kampioenschap is ook voor hen de uitgelezen kans op visibiliteit. Duidelijke afspraken tussen de organisatie en de KBWB zijn dan ook noodzakelijk. In het lastenboek voor het organiseren van het Belgisch Kampioenschap zijn de richtlijnen omtrent sponsoring opgenomen. De belangrijkste richtlijnen zijn: sectorexclusiviteit en de 50/50-richtlijn.

Sectorexclusiviteit houdt in dat de organisatie geen sponsors mag aantrekken die in dezelfde sector werkzaam zijn als de sponsors van de KBWB. Om dit te vermijden, moet de organisatie steeds op voorhand doorgeven met welke sponsors ze in zee wil gaan en toestemming vragen aan de KBWB.

De 50/50-richtlijn behelst de verdeling van de publicitaire ruimte. De sponsors van de KBWB en de organisatie zullen een gelijke verdeling krijgen op alle mogelijke publicitaire middelen; podium, drukwerken, website, enzovoort (KBWB, 2015). Het voordeel van het sponsoren van een wielervedstrijd ten opzichte van het sponsoren van een wielerploeg is dat sponsors niet afhankelijk zijn van de prestaties van de ploeg of imagoschade ondervinden bij bijvoorbeeld dopingbeschuldigingen (Reeth & Larson, 2016).

Sponsoring vormde het moeilijkste terrein voor het bemachtigen van cijfers. Wegens vertrouwelijkheid van bedrijfsgegevens kunnen organisaties vaak geen cijfers vrijgeven. Na interviews met enkele organisatoren werd een indicatie van de sponsorinkomsten verkregen. Zoals eerder aangegeven vallen onder deze sponsorinkomsten ook de verkoop van de VIP-arrangementen. Deze arrangementen worden vaak gekoppeld aan een sponsorpakket waar bedrijven zich kunnen voor engageren. Sponsorinkomsten en VIP's dienen dan ook als eenzelfde inkomstenbron bekeken te worden. Voor de verschillende scenario's wordt uitgegaan van de informatie verkregen uit de interviews. Tabel 15 is een samenvattende tabel van de verschillende scenario's van sponsorinkomsten. Het scenario waarin een gemeente zich bevindt zal natuurlijk afhankelijk zijn van de sponsors die het kan aantrekken. Sommige gemeentes of steden vinden het gemakkelijker om bedrijven aan te trekken dan anderen waarbij ook het economische klimaat een rol speelt. Het gewone scenario wordt geacht rond de €500.000,00 aan sponsorinkomsten op te brengen. Het pessimistische en optimistische scenario zullen respectievelijk €250.000,00 en €750.000,00 opleveren.

Tabel 15: Sponsorinkomsten voor het Belgisch Kampioenschap

Scenario	Sponsorinkomsten
Pessimistisch scenario	€250.000,00
Gewoon scenario	€500.000,00
Optimistisch scenario	€750.000,00

Bron: Eigen inschatting op basis van interviews

4.1.1.3 *Tv-rechten*

Voor het Belgisch Kampioenschap komen de Tv-rechten niet toe aan de organisator maar aan de KBWB. De Tv-rechten dienen dus wel te worden opgenomen in de maatschappelijke kosten-baten analyse, maar niet in de KBA voor een gemeente/stad.

4.1.1.4 *Citymarketing*

Een van de voornaamste redenen waarom een gemeente/stad een groot evenement wil organiseren is publiciteit. Het organiseren van een Belgisch Kampioenschap is een van de meest bekende en effectieve vorming van citymarketing. Citymarketing kan op verschillende manieren worden uitgespeeld. In eerste instantie kunnen de lokale toeristische trekpleisters in de verf worden gezet door het parcours strategisch te plannen. Door het promoten van deze trekpleisters zullen bezoekers en toeschouwers via televisiebeelden attent gemaakt worden op het culturele of natuurlijke potentieel van de regio. Daarnaast kan de gemeente/stad zich laten gelden als organisator van evenementen. Indien de organisatie van het Belgisch Kampioenschap goed verloopt, zullen andere organisaties in de toekomst sneller geneigd zijn om hun evenement in de regio te organiseren. Tenslotte kan het interessant zijn om de regio ook economisch te promoten zodat bedrijven kunnen worden aangetrokken om te investeren in de regio (Hover & Bakker, 2015; UK Sport, 2014; Vogelaar, 2010).

De moeilijkheid ligt ook hier bij het inschatten en valoriseren van de mediawaarde van het Belgisch Kampioenschap, gebaseerd op studies voor andere evenementen.

De studies m.b.t. de Tour de France richten zich op een internationaal publiek. Een representatieve waarde wordt verkregen door de kijkcijfers voor het Belgisch Kampioenschap te vergelijken met de kijkcijfers van de Tour de France. Bij het vermenigvuldigen van deze verhouding met de gemiddelde mediawaarde van de Tour de France wordt een indicatie verkregen voor het Belgisch Kampioenschap.

Voor de Tour de France zijn er uiteenlopende cijfers beschikbaar. Er wordt in 2010 gesproken van 2 miljard kijkers over alle 21 ritten. Op dit cijfer is kritiek gekomen omdat het dubbeltellingen zou bevatten. Een conservatievere schatting geeft een cijfer van 16 miljoen kijkers per rit. Ook hier kunnen vraagtekens worden geplaatst, omdat het enkel gaat over de live-uitzendingen en geen internetkijkers bevat (Long, 2012). De organisator van de Tour de

France, Amaury Sport Organisation (ASO), beweert dat er 1 miljard kijkers zijn over heel de Tour de France heen (D. Van Reeth, 2011). Per rit komt dit neer op ongeveer 47,5 miljoen kijkers. Het gemiddelde kijkcijfer voor het Belgisch Kampioenschap over de periode 2010-2015 bedraagt 737.394 kijkers (De Redactie, 2016). De verhouding tussen de kijkers voor het Belgisch Kampioenschap en de Tour de France is dan 1,55%.

In tabel 16 wordt de mediawaarde van de Tour de France weergegeven op basis van de studie van de Tour de France in Utrecht. De studie heeft betrekking tot de 2 ritten die werden gereden in de regio, de mediawaarde moet dus nog herrekend worden naar een enkele rit.

Tabel 16: Mediawaarde Tour de France

Jaar, plaats	Mediawaarde	Per rit
2015, Utrecht	€33,60 miljoen (2 ritten)	€16,8 miljoen

Bron: (Hover & Bakker, 2015)

Per rit heeft de Tour de France een mediawaarde van €16,8 miljoen. Bij het toepassen van de verhouding voor het Belgische Kampioenschap wordt een waarde van €260.400,00 bekomen (Tabel 17). In deze waarde zitten verschillende mediakanalen; televisie, kranten, internetsites, sociale media.

Tabel 17: Berekening mediawaarde Belgisch Kampioenschap

Scenario	Berekening	Mediawaarde
Pessimistisch, gewoon en optimistisch scenario	€16,8 miljoen * 1,55%	€260.400,00

Bron: Eigen berekeningen

4.1.1.5 Beleving inwoners

Bij de beleidsbepalingen van een gemeente/stad zal er altijd rekening dienen gehouden te worden met de inwoners, die met hun belastinggeld de lokale diensten en projecten financieren. Indien de inwoners bepaalde projecten of beslissingen niet steunen, wordt de gemeente/stad hierop afgerekend. Het peilen naar de tevredenheid van de inwoners is dan ook van groot belang.

Via een meting naar betalingsbereidheid kan er een schatting worden gemaakt van het mogelijke budget dat de gemeente kan spenderen. In het onderzoek naar de Tour de France in Antwerpen van 2015 werd een meting gedaan naar de betalingsbereidheid. Hieruit werd geconcludeerd dat 30% van de inwoners gemiddeld €7,50 zou willen betaald hebben (MADE4IT, 2015). Het kan ook zijn dat de gemeente/stad geen verhoging van de belastingen nodig heeft voor het financieren van zijn projecten. De betalingsbereidheid is in dat geval een indicatie voor de economische waarde van het geluk dat de inwoners ervaren bij het organiseren van een wielerevenement als bijvoorbeeld het Belgisch Kampioenschap.

Tabel 18: Inwonersaantallen per gemeente of stad

Jaar	Gemeente/Stad	Inwoners
2006	Antwerpen	517.042
2007	Ronse	25.925
2008	Knokke-Heist	33.311
2009	Aywaille	12.257
2010	Leuven	99.288
2011	Hooglede	10.016
2012	Geel	39.225
2013	La Roche-en-Ardenne	4.189
2014	Wielsbeke	9.525
2015	Tervuren	21.572

Bron: (Statbel, 2016)

In bovenstaande tabel 18 zijn de inwonersaantallen voor de steden en gemeentes opgenomen die de laatste jaren het Belgisch Kampioenschap hebben georganiseerd. Antwerpen is veruit de grootste stad en La Roche-en-Ardenne de kleinste. Deze uitersten vormen het optimistische en pessimistische scenario in onderstaande tabel 19. Het gemiddelde van de overige steden vormt de basis voor het gewone scenario. Vervolgens wordt nog een correctie voor de betalingsbereidheid toegepast, aangezien de Tour de France meer uitstraling heeft dan het Belgisch Kampioenschap. Het percentage inwoners dat bereid is te betalen voor het organiseren van het Belgisch Kampioenschap wordt verlaagd tot 20%. Daarnaast wordt ook het bedrag verlaagd tot €5,00. Volgende tabel 18 beschrijft de resultaten van de betalingsbereidheid voor het Belgisch Kampioenschap volgens de verschillende scenario's.

Wegens de unieke karakteristieken van een Belgisch Kampioenschap en het eenmalig plaatsvinden per jaar is het niet mogelijk geweest een eigen onderzoek naar de betalingsbereidheid uit te voeren. Verder in de thesis zal een enquête worden opgesteld waarin vragen verwerkt zijn die een eerste stap vormen naar een analyse voor de betalingsbereidheid tijdens het Belgisch Kampioenschap.

Tabel 19: Betalingsbereidheid voor het Belgisch Kampioenschap

Scenario	Berekening	Betalingsbereidheid additionele bezoekers
Pessimistisch scenario	4.189 * 20% * €5,00	€4.189,00
Gewoon scenario	31.390 * 20% * €5,00	€31.390,00
Optimistisch scenario	517.042 * 20% * €5,00	€517.042,00

Bron: Eigen berekeningen

De verschillende scenario's geven erg verschillende resultaten omwille van de verschillende grootte van de steden en gemeenten. Daarnaast kunnen ze ook gezien worden als een grotere betalingsbereidheid. Zo kan het zijn dat er in een kleine gemeente als La Roche-en-Ardenne een groter draagvlak is voor het Belgische Kampioenschap en ze dus dichterbij het gewone scenario komen aan te leunen. Omgekeerd kan dit natuurlijk ook, een stad als Leuven kan een kleinere betalingsbereidheid hebben en zal dan dus dichterbij het pessimistische scenario liggen.

4.1.1.6 Promoten sport

Sportevenementen zijn een unieke gelegenheid om de sportieve infrastructuur op alle niveaus in te verf te zetten en te verbeteren. Zo is bijvoorbeeld Antwerpen zich de laatste jaren meer en meer aan het profileren als de sportstad van België met o.a. de Tour de France en de start van de Ronde van Vlaanderen. De focus ligt niet alleen op het sporten op professioneel niveau maar ook op de breedtesport en functioneel fietsen (VSV, 2015). Het Belgisch Kampioenschap vormt dan ook een ideale gelegenheid om de mooiste fietsplekjes uit de regio te promoten. Daarnaast zullen talloze side-events gelinkt aan het Belgisch Kampioenschap mensen aanzetten om te fietsen.

Bij het WK in Zuid-Limburg van 2012 en de Tour de France in Utrecht van 2015 waren er verschillende events om fietsen op alle niveaus te promoten (Hover & Bakker, 2015; ZUYD, 2012). Of er op lange termijn effectief meer mensen met de fiets zullen rijden door de organisatie van het Belgisch Kampioenschap valt te betwijfelen. De Tour de France in Utrecht van 2015 zou 8% van de inwoners van Utrecht hebben geïnspireerd om te gaan fietsen en 13% enigszins hebben geïnspireerd. Ook bij de enquête van iVOX voor het nieuwsblad is eenzelfde trend waar te nemen. Belgische successen uit het verleden zouden slechts 14% van de Vlaming aanzetten om meer te fietsen (Vlieger & Jacobs, 2016). Een reden hiervoor kan zijn dat België altijd al een groot wielerland is geweest en er reeds veel mensen in België fietsen. Het effect zal dus kleiner zijn aangezien er reeds een groot deel van de bevolking fietst. De organisatie van het Belgisch Kampioenschap kan wel bijdragen aan het in stand houden van de rijke wielersporttraditie die België heeft. Zoals bij de meeste niet-economische effecten ligt de moeilijkheid in het valoriseren van deze effecten. Waarde kan gecreëerd worden door het hogere gezondheidsniveau van de fietsers en minder gezondheidskosten. Wegens te weinig onderzoek naar de effectieve economische waarde van sportparticipatie en de onzekerheid of er al dan niet een invloed zal zijn op sportparticipatie, valt dit buiten het bereik van deze thesis.

4.1.1.7 Totaal baten

In tabel 20 wordt de berekening gemaakt van de totale baten volgens de verschillende scenario's. Voor het berekenen van de totale baten, worden alle componenten bij elkaar opgeteld. De inkomsten uit ticketverkoop worden apart vermeld wegens het speciale karakter van de wielersport. Er kan dus gekozen worden voor het in rekening te brengen van de inkomsten uit de ticketverkoop of deze buiten beschouwing te laten. Voor het pessimistische scenario komen de totale baten uit op €678.706,07 exclusief inkomsten uit ticketverkoop. Dit stijgt tot €783.022,07 indien de inkomsten uit ticketverkoop worden meegenomen. Het gewone scenario rapporteert een totaal van €1.323.728,37 zonder ticketverkoop en €1.506.272,37 met. Als laatste komt het optimistische scenario uit op een totaal van de baten van €3.287.168,19 exclusief inkomsten uit ticketverkoop en €3.808.724,19 inclusief inkomsten uit ticketverkoop.

Tabel 20: Berekening van de totale baten volgens scenario

	Pessimistisch scenario	Gewoon scenario	Optimistisch scenario
Totale bestedingen bezoekers	€164.117,07	€531.938,37	€1.759.726,19
Inkomsten uit sponsoring	€250.000,00	€500.000,00	€750.000,00
Mediawaarde (citymarketing)	€260.400,00	€260.400,00	€260.400,00
Beleving inwoners	€4.189,00	€31.390,00	€517.042,00
Totaal baten (Exclusief ticketverkoop)	€678.706,07	€1.323.728,37	€3.287.168,19
Inkomsten uit ticketverkoop	€104.316,00	€182.544,00	€521.556,00
Totaal baten (Inclusief ticketverkoop)	€783.022,07	€1.506.272,37	€3.808.724,19

Bron: Eigen berekeningen

4.1.2 Kosten

In eerste instantie was het de bedoeling om na het bespreken van de baten een concrete case uit te werken om zo een goede afweging te maken tussen de kosten en de baten. Er werden verschillende Vlaamse edities van de laatste jaren gecontacteerd maar helaas was er weinig medewerking. Geen enkele organisatie was bereid cijfers vrij te geven zodat het kostenluik niet in detail zal worden besproken. Een reden waarom er niemand cijfers wou vrijgeven kan zijn dat de thesis in samenwerking met de KBWB tot stand is gekomen. Organisaties betalen immers een *fee* aan de KBWB voor het mogen organiseren van het Belgisch Kampioenschap wielrennen. Indien de organisaties dan cijfers zouden vrijgeven voor deze thesis dachten ze eventueel dat ook de KBWB inzage zou krijgen. Door inzage in hun cijfers zou de KBWB op zijn beurt een verhoging van de *fee* kunnen doorvoeren wat nefast is voor de organisaties. Dus om deze belangenvermenging te vermijden was geen organisatie echt gewillig om cijfers vrij te geven. In volgend paragraaf volgt een korte bespreking van de kosten om toch enigszins aan de totale analyse te voldoen.

Zoals uit de baten kan geconcludeerd worden, heeft een Belgisch Kampioenschap een bredere impact dan louter de financiële inkomsten voor de organisatie. Ook bij de kosten is het dus noodzakelijk om niet enkel de financiële kosten in rekening te brengen. Naast de financiële kosten zijn er immers nog andere kosten die in een kosten-baten analyse aan bod komen.

In de eerste plaats is er de lokale hinder voor de bevolking en handelszaken. Hoewel een Belgisch Kampioenschap een impuls kan geven aan de lokale economie zal misschien niet iedereen positief tegenover het event staan. Gedurende de hele dag zal er op en rond het parcours hinder zijn door de aanwezigheid van het Belgisch Kampioenschap. Deze vertragingen en hinder moeten opgenomen worden in de kosten voor een maatschappelijke kosten-baten analyse.

Als tweede zullen er opportuiniteitskosten optreden die in rekening gebracht moeten worden. Een van deze opportuiniteitskosten is het inzetten van ambtenaren voor de organisatie van het Belgisch Kampioenschap. Deze ambtenaren dienen verschillende vergaderingen bij te wonen voor het in goed banen leiden van het event. De lonen van deze ambtenaren zijn altijd ten laste van de gemeente/stad maar door het organiseren van het Belgisch Kampioenschap zijn deze personen op bepaalde momenten niet inzetbaar. Hierdoor vormen de lonen van de ambtenaren een opportuiniteitskost.

Het laatste deel van de besproken kosten behelst de financiële kosten. De financiële kosten zijn de kosten voor het recht van organiseren van het Belgisch Kampioenschap dat ze betalen aan de KBWB en de organisatiekosten. De organisatiekosten bevatten alle kosten die noodzakelijk zijn om het Belgisch Kampioenschap op een redelijke wijze te organiseren. Enkele van deze kosten zijn: VIP-voorzieningen, politie, geluidsinstallatie, drukwerken,

4.1.3 Beperkingen

Het onderzoek is een eerste aanzet tot het analyseren van de socio-economische impact van het Belgisch Kampioenschap wielrennen. Hoewel getracht is hier een zo goed mogelijk beeld te schetsen, is het onderzoek natuurlijk niet zonder beperkingen.

Als eerste beperking is het noodzakelijk om te wijzen op de verschillen tussen de gebruikte studies en dit onderzoek. Grote rondes als de Tour de France of de Giro d'Italia tonen andere

karakteristieken als een Belgisch Kampioenschap. Via assumpties is gepoogd deze verschillen uit te vlakken maar een volledig correcte weergave zal niet worden bekomen. Pas als er voor een aantal edities gegevens worden onderzocht kan men een correcte weergave bekomen voor het Belgisch Kampioenschap.

Met deze eerste beperking wordt de tweede beperking ook blootgelegd. De grootste moeilijkheid lag in het verkrijgen van informatie. Wegens vertrouwelijkheid en belangenvermenging waren de meeste organisaties niet gewillig om mee te werken en informatie vrij te geven. Dankzij de KBWB zijn er contacten geweest die een goede insteek konden bieden voor het onderzoek. Indien er een goede samenwerking is tussen alle belanghebbende partijen kan er een duidelijk beeld gevormd worden van de impact van een Belgisch Kampioenschap. Ook voor bestedingen was het niet mogelijk om exacte cijfers te bekomen, door middel van bijvoorbeeld enquêtes, wegens de karakteristieken van het Belgisch Kampioenschap.

De derde beperking heeft betrekking op het feit dat er geen rekening is gehouden met effecten als crowding-out, multiplicators en lekken. Gezien dit slechts een eerste benadering is van de impact van het Belgische Kampioenschap worden de meer technische correcties gehouden voor een diepgaander onderzoek.

4.1.4 Enquête

Een nauwkeurig beeld van de impact van een Belgisch Kampioenschap kan enkel verkregen worden door cijfers van het evenement zelf. Volgende vragenlijsten trachten dan ook een richtlijn te zijn voor de organisatoren die een inschatting willen maken voor hun gemeente of stad. Via deze vragenlijst kunnen ze dan cijfers en gegevens verwerven die een indicatie geven van de verschillende effecten die het Belgisch Kampioenschap teweegbrengt.

De eerste vragenlijst behandelt de bestedingen en beleving van de bezoekers tijdens het Belgisch Kampioenschap. Belangrijk bij de bestedingen is om te weten te komen of een bezoeker al dan niet additioneel is. Verder kunnen de persoonlijke vragen verder worden aangevuld zodat er ook opsplitsingen kunnen gemaakt worden naar leeftijd, geslacht, studieniveau en andere. Hoewel het hier gaat om de bevraging van de bezoekers zal het altijd een inschatting blijven van de bestedingen. Bezoekers die in het begin van de dag worden gevraagd hoeveel ze denken te

besteden zullen een zo goed mogelijke inschatting maken maar een perfecte inschatting zal dit zelden zijn. Bij de vragen naar de beleving van de bezoekers wordt er getracht te achterhalen of het Belgisch Kampioenschap het imago van de gemeente/stad positief heeft beïnvloed.

Vragenlijst over de bestedingen van de bezoekers tijdens het Belgisch Kampioenschap

1) Onder welke categorie van bezoeker valt u?

- a. Deelnemer
- b. Familie/vriend deelnemer
- c. Toeschouwer
- d. Sponsor
- e. Organisatie
- f. Andere

2) Wat is uw geslacht?

- a. Man
- b. Vrouw

3) Wat is uw leeftijd?

4) Bent u afkomstig uit de regio?

- a. Ja
- b. Nee

5) Met welk vervoersmiddel bent u hier?

- a. Auto/motor
- b. Openbaar vervoer
- c. Fiets
- d. Te voet
- e. Andere

- 6) Welke wedstrijden zal u vandaag bijwonen?
- a. Elite mannen
 - b. Elite vrouwen
 - c. Beide
- 7) Was u hier vandaag aanwezig geweest indien het Belgisch Kampioenschap hier niet had plaatsgevonden?
- a. Ja
 - b. Nee
- 8) Indien het Belgisch Kampioenschap in een andere gemeente/stad had plaatsgevonden was u dan gaan kijken?
- a. Ja
 - b. Nee
- 9) Heeft u overnachting voorzien?
- a. Ja
 - b. Nee (→ vraag 13)
- 10) Hoe lang zal u hier verblijven? Nachten
- 11) Waar zal u overnachten?
- a. Vrienden/Familie
 - b. Hotel
 - c. B&B
 - d. Camping
 - e. Andere
- 12) Hoeveel betaalt u voor uw overnachting? Euro
- 13) Gaat u tijdens het Belgisch Kampioenschap ook handelszaken bezoeken?
- a. Ja
 - b. Nee

14) Hoeveel verwacht u vandaag te besteden tijdens het Belgisch Kampioenschap?

..... euro

15) Heeft het Belgisch Kampioenschap uw beeld van de gemeente/stad positief beïnvloed?

- a. Ja
- b. Nee

16) Zal u de gemeente/stad aanraden aan vrienden of familie?

- a. Ja
- b. Nee

17) Zal u de gemeente nogmaals bezoeken?

- a. Ja
- b. Nee

18) Zal u door het bijwonen van het Belgisch Kampioenschap meer met de fiets gaan rijden?

- a. Ja
- b. Nee

Een tweede vragenlijst zou kunnen worden opgesteld voor de inwoners van de gemeente/stad. Aan de hand van deze vragenlijst kan dan worden onderzocht hoe de inwoners het evenement beleefd hebben. In een maatschappelijke kosten-baten analyse is het belangrijk om deze vragen dan te valoriseren zodat dit kan afgewogen worden tegen de andere kosten en baten.

Vragenlijst inwoners gemeente/stad Belgisch Kampioenschap

1) Heeft u het Belgisch Kampioenschap bezocht?

- a. Ja
- b. Nee

2) Heeft u de gemeente/stad vermeden door het Belgisch Kampioenschap?

- a. Ja
- b. Nee

- 3) Was u aanwezig geweest in de gemeente/stad indien het evenement hier niet had plaatsgevonden?
- a. Ja
 - b. Nee
- 4) Bent u trots dat het Belgisch Kampioenschap in uw gemeente/stad heeft plaatsgevonden?
- a. Ja
 - b. Nee
- 5) Vindt u het een goede zaak dat de gemeente/stad evenementen tracht te organiseren?
- a. Ja
 - b. Nee
- 6) Denkt u dat het Belgisch Kampioenschap het imago van de gemeente/stad positief heeft beïnvloed?
- a. Ja
 - b. Nee
- 7) Heeft u hinder ondervonden tijdens het Belgisch Kampioenschap?
- a. Ja
 - b. Nee
- 8) Zal u meer met de fiets rijden door het Belgisch Kampioenschap?
- a. Ja
 - b. Nee
- 9) Hoeveel zou u bereid zijn te betalen voor het organiseren van het Belgisch Kampioenschap in de gemeente/stad? euro

10) Hoe belangrijk vindt u de positieve effecten van het Belgisch Kampioenschap?

- a. Heel belangrijk
- b. Enigszins belangrijk
- c. Neutraal
- d. Niet belangrijk
- e. Helemaal niet belangrijk

11) Hoe belangrijk vindt u de negatieve effecten van het Belgisch Kampioenschap?

- a. Heel belangrijk
- b. Enigszins belangrijk
- c. Neutraal
- d. Niet belangrijk
- e. Helemaal niet belangrijk

4.1.5 Conclusie

Na het analyseren van de verschillende aspecten verbonden aan het organiseren van een Belgisch Kampioenschap wielrennen kunnen er conclusies getrokken worden. Natuurlijk kan er hier alleen worden gesproken over de baten, daar de kosten niet in detail bestudeerd werden. Naast de conclusie over de baten zal er ook een vergelijking worden gemaakt met de bevindingen uit de literatuur van het eerste deel. Hier zullen de eventuele verschillen tussen een Belgisch Kampioenschap wielrennen en de grotere sportevenementen aan bod komen.

Gemeenten en steden kunnen verschillende motieven hebben voor het organiseren van een Belgisch Kampioenschap. Sommige willen zich profileren op gebied van sport en andere willen hun toeristische trekpleisters in de kijker zetten. Uit de analyse van de baten is dan ook af te leiden dat de baten afkomstig zijn uit verschillende elementen. De meest constante bron van baten zijn de inkomsten uit sponsoring en mediawaarde. Over de verschillende scenario's heen fluctueren deze het minste. Vooral de sponsorinkomsten zullen over de verschillende scenario's heen een belangrijk aandeel in de baten hebben. Mediawaarde zal voornamelijk belangrijk zijn in het pessimistische scenario gezien het feit dat dit over de verschillende scenario's een constante waarde heeft. Baten uit bestedingen van bezoekers, beleving van de inwoners en inkomsten uit tickets zullen meer fluctueren over de scenario's heen. Dit heeft voornamelijk te maken met de omvang van de gemeente of stad. Zo zullen de baten van de beleving van de inwoners voor een

stad hoger liggen dan die van een kleine gemeente louter omwille van het feit dat ze met meer inwoners zijn die het project kunnen steunen. Het kan natuurlijk ook zijn dat de inwoners van een bepaalde gemeente meer voldoening halen uit de organisatie van het Belgisch Kampioenschap en zich zo dichter tegen het optimistische scenario begeven.

Hoewel de kosten hier niet bestudeerd werden kan er uit de analyse van de baten en de bevindingen uit interviews met organisatoren geconcludeerd worden dat een Belgisch Kampioenschap economisch leefbaar is en een maatschappelijke bijdrage levert. Enorme winsten zullen niet te halen zijn uit het organiseren van een Belgisch Kampioenschap maar dat is ook niet de focus van de gemeenten en steden. Zij trachten een positieve maatschappelijke bijdragen te leveren met het binnenhalen van de organisatie van een Belgisch Kampioenschap.

Indien er een vergelijking wordt gemaakt tussen de bevindingen van de impacts van de Olympische Spelen en het WK voetbal uit het tweede deel en de bevindingen hier, zijn er toch enkele verschillen. Een eerste verschil ligt in het verschil tussen de verdeling van inkomsten. De KBWB mag dan wel de TV-inkomsten voor zichzelf behouden, verder laat het de organisatie toe om eigen sponsors aan te trekken (binnen bepaalde restricties) en eventuele ticketverkoop te organiseren. De eisen van de KBWB zijn minder strikt dan die van het IOC of de FIFA.

Het tweede verschil situeert zich aan de kostenzijde. Een Belgisch Kampioenschap wielrennen kan op gebied van kosten onmogelijk worden vergeleken met de Olympische Spelen waar meerdere disciplines worden gehouden. Toch dienen we te wijzen op het feit dat de gebudgetteerde kosten bij de Olympische Spelen of het WK voetbal vaak sterk afwijken van de finale kosten. Deze finale kosten liggen al snel een stuk hoger dan initieel geraamd. Uit gesprekken blijkt dat dit bij het Belgisch Kampioenschap zelden het geval is of in ieder geval niet zo drastisch als bij de Olympische Spelen of het WK voetbal. De druk die het IOC of de FIFA en andere belanghebbende partijen uitoefenen op de organisatie speelt hier een grote rol. Een antwoord op de onderzoeksvraag of kleinere sportevenement economisch interessanter zijn, kan gevonden worden in het feit dat kleinere sportevenementen minder te maken hebben met een machtig overkoepelend orgaan als het IOC of de FIFA. Deze kleinere sportevenementen staan sterker in onderhandelingen en kunnen de eisen van het overkoepelend orgaan makkelijker afslaan.

Verschillende Vlaamse steden, gemeentes en organisaties die recent instonden voor de organisatie van een Belgisch Kampioenschap wielrennen werden gecontacteerd voor het vrijgeven van cijfers. Niemand kon echter cijfers vrijgeven wegens vertrouwelijkheid. Waarschijnlijk zat de samenwerking met de KBWB hier voor iets tussen. Organisaties betalen immers een *fee* aan de KBWB zodat ze organisatie in handen krijgen. De schrik dat ook de KBWB inzage zou kunnen krijgen in de cijfers van de organisaties en hiermee kostbare informatie zou verkrijgen om eventueel de prijzen te verhogen is vermoedelijk het struikelpunt geweest. Omdat er geen concreet cijfervoorbeeld van een MKBA voor het Belgisch Kampioenschap wielrennen uitgewerkt kon worden zal er in het volgende hoofdstuk een tweede case besproken worden. Deze case zal de Motorcross der Naties in Lommel van 2012 bespreken. Hier zullen nieuwe inzichten aan bod komen in verband met MKBA's van sportevenementen in België.

4.2 Motorcross der Naties 2012 te Lommel

In 2012 werd de Motorcross der Naties georganiseerd in het Belgische Lommel. De Motorcross der Naties of *Motorcross of Nations* wordt gezien als de Olympische Spelen voor motorcross. Hier strijden landen van over heel de wereld in teams van drie rijders voor de titel. Dit evenement is geschikt voor verder onderzoek naar de economische impact van sportevenementen. De editie van 2012 in Lommel zal de basis vormen voor een casestudie. Waar het bij het Belgisch Kampioenschap ontbrak aan cijfers, is de begroting voor de Motorcross der Naties in Lommel wel gekend. Deze begroting vormde de basis voor het aanvragen van de subsidies en zal in de case het startpunt zijn. In het vorige hoofdstuk werd de kosten-batenanalyse besproken en waarom dit een noodzakelijke methode is bij het beoordelen van projecten. In volgende paragrafen wordt besproken waarom en waar de begroting van de Motorcross der Naties tekortschiet bij het inschatten van de externe effecten van dit evenement.

4.2.1 Wat is de Motorcross der Naties

De Motorcross der Naties is een jaarlijks evenement waar landenteams het tegen elkaar opnemen. Elk land vaardigt drie rijders af die hun land zullen vertegenwoordigen. De Motorcross der Naties is een samensmelting van drie evenementen: de originele *Motorcross des Nations* (500cc), de *Trophée des Nations* (250cc) en de *Coupe des Nations* (125cc). De drie evenementen vertegenwoordigden de verschillende categorieën van motors. Elk land mag voor elke categorie één rijder selecteren. Tegenwoordig heten die categorieën MXGP, MX en 'open'. Elke categorie racet éénmaal samen met elke ander categorie met in totaal 3 races. In de competitie worden punten toegekend aan de resultaten van de rijders, 1 punt voor de eerste, 2 punten voor de tweede, 3 punten voor de derde enzovoort. In totaal zal elk land dus zes resultaten verkrijgen voor drie rijders. Het slechtste resultaat van de zes wordt weggelaten en het land met de laagste gecombineerde score heeft de Motorcross der Naties gewonnen. Voor het hoofdevenement zijn er eerst nog kwalificaties, van waaruit de beste twintig landen doorgaan naar het hoofdevenement en de afvallers naar de B-finale. De kwalificaties worden de dag voor het hoofdevenement en de B-finale gereden. De Motorcross der Naties duurt dan ook een heel weekend, van vrijdag tot en met zondag. België is met vijftien overwinningen een van de meest succesvolle landen. De laatste overwinning dateert wel al uit 2013. De editie van 2012 in Lommel

werd georganiseerd door vzw GP Limburg en gewonnen door Duitsland, voor België en de Verenigde Staten (Meyer; SD Events Ltd, 2017).

4.2.2 Begroting Lommel 2012

In onderstaande tabel wordt de begroting van de Motorcross der Naties in Lommel uit 2012 weergegeven. Deze begroting werd ingediend als voorstel voor het verkrijgen van subsidies van de Vlaamse regering, de provincie Limburg en de stad Lommel. De belangrijkste elementen uit deze tabel zullen besproken en toegelicht worden. Subsidies moeten echter niet gebruikt worden om louter het financiële tekort van een evenement weg te werken, maar dienen als een steun voor projecten of evenementen, waarvan de maatschappelijke baten groter zijn dan de private financiële opbrengsten. Organisaties verkrijgen deze steun omdat ze een bepaalde waarde creëren voor de regio, die ze niet zelf kunnen verzilveren. Deze waarde omvat bv. hotelovernachtingen, extra omzet van winkels en horeca of het promoten van een regio in het algemeen. Subsidies kunnen dus enkel verstrekt worden, indien de maatschappelijke baten groter zijn dan de kosten. Een kosten-batenanalyse wordt dus uitgevoerd om deze effecten te kunnen inschatten en op basis hiervan eventueel subsidies toe te kennen. Daarom volgt hieronder ook een analyse van het projectvoorstel van de Motorcross der Naties in functie van hun subsidieaanvraag, d.w.z. een evaluatie van de vereiste kosten-batenanalyse.

Omschrijving	Bedrag in (€)	Bedrag uit (€)
KOSTEN		
Handelsgoederen, Grond- en Hulpstoffen		
Aankoop grondstoffen		40.000,00
Tickets, Polsbandjes, jetons, carpassen.		5.000,00
Aankoop VIP Catering		40.000,00
Diensten en Diverse Goederen		
<i>Huur-en huurlasten</i>		
Huur Terreinen		15.000,00
Huur Installaties en machines		500,00
Huur ICT-materiaal/Kopies/Faxen		1.800,00
Huur en vergunning radioposten		1.000,00
Huur keukenmateriaal/koelcellen		6.000,00
Huur Bureelcontainers WC/ Douches /Kassa's		947,50
Huur bewegwijzeringkosten		4.000,00
Huur VIP-tent		55.000,00
Huur verwarmingsinstallaties tenten		10.000,00
Huur Rollend Materieel		5.000,00
Huur tribunes		15.000,00

Huur materialen Welcome Center / Unit	5.000,00
Vuilbakken en stortcontainers	6.000,00
<i>Divers onderhoud en herstellingen</i>	
Opbouw circuit	7.500,00
Aanleg circuit	20.000,00
Omheiningen/ Nadars/ Afsluitingen	15.000,00
Besproeiing terrein - aanleg	6.500,00
Douches en WC's paddock Publiek	30.000,00
Schoonmaakwerkzaamheden	2.000,00
<i>Leveringen aan de onderneming</i>	
Aansluiting elektriciteit / telefoon / audio / video	50.000,00
Brandstof machines	12.500,00
Klein materiaal logistiek	1.000,00
Klein materiaal circuit	500,00
<i>Vergoedingen aan derden</i>	
Erelonen	3.000,00
Rechten en bijdragen BMB	14.000,00
Rechten en bijdragen VMBB	60.000,00
Rechten en bijdragen Youthstream	500.000,00
Travel costs teams	100.000,00
Medische diensten	9.430,00
Dokters, stewards, helpers	5.230,00
Security en Bewaking	12.000,00
Vervoer De Lijn	20.000,00
Diverse Diensten	3.200,00
Verzekeringen diverse	7.500,00
Varia onkosten	7.500,00
<i>Diverse diensten</i>	
Advertenties/Programmaboekjes	5.000,00
Advertising en promotie - Productie	10.000,00
Website	3.500,00
Advertising en promotie - boekingen	50.000,00
Hotels Youthstream	25.000,00
Reis-en verplaatsingskosten	10.000,00
Voedings-en drankkosten medewerkers	20.000,00
Overnachtingskosten medewerkers	6.000,00
Vrijwilligersvergoedingen Clubs	30.000,00
Animatie Campingparty	4.000,00
Aankoop en bedrukking T-shirts/hemden/petten	10.000,00
<i>Telefoon, postkosten</i>	
Postkosten	2.000,00
Telefoon	10.000,00

<i>Uitzendkrachten ed</i> Uitzendkrachten		10.000,00
Andere Bedrijfskosten		
Bedrijfsbelastingen		100,00
Registratierechten		1.000,00
Sabam, billijke vergoeding en reprobel		
Financiële Kosten		
Kosten op R/C		5.000,00
TOTAAL KOSTEN	0,00	1.298.707,50
OPBRENGSTEN		
Omzet		
Ticketverkoop Kassa's	390.566,04	9.000,00
Inkomsten Sponsoring	55.000,00	
Inkomsten Food & Beverage	40.000,00	
Inkomsten Drank	100.000,00	
Inkomsten Programmaboekjes	7.500,00	
Inkomsten Camping	20.000,00	
Inkomsten Vending Area	10.000,00	
Inkomsten VIP Silver	35.000,00	
Inkomsten VIP Gold	150.000,00	
Afdracht YS VIP Silver		12.500,00
Afdracht YS VIP Gold		51.000,00
Subsidies		
Subsidies Lommel	125.000,00	
Subsidies Limburg	125.000,00	
Subsidies Vlaanderen	250.000,00	
TOTAAL OPBRENGSTEN	1.308.066,04	0,00
TOTAAL OPBRENGSTEN & KOSTEN	1.308.066,04	1.298.707,50
TOAAL RESULTAAT		9.358,54

Bron: (Vlaamse Regering, 2010)

4.2.2.1 Kosten

Eerst worden de belangrijkste kosten van de Motorcross der Naties uit 2012 in Lommel besproken en kort toegelicht.

4.2.2.1.1 Handelsgoederen, grond- en hulpstoffen

Handelsgoederen, Grond- en Hulpstoffen		
Aankoop grondstoffen		40.000,00
Tickets, Polsbandjes, jetons, carpassen.		5.000,00
Aankoop VIP-Catering		40.000,00

De handelsgoederen, grond- en hulpstoffen zijn de aankopen die uiteindelijk doorverkocht zullen worden. Voor de organisatie van de Motorcross zijn de grootste twee posten: de aankoop van grondstoffen en de VIP-Catering. Grondstoffen omvatten o.a. vlaggen, sjaals, T-shirts en andere merchandise van het evenement. De VIP-catering zal instaan voor het verzorgen van de VIP's met eten en drank. Daarnaast zijn er ook nog de polsbandjes die toegang tot het evenement verlenen, de jetons voor eten en drinken en de carpassen die toegang verlenen tot de parking.

4.2.2.1.2 Diensten en diverse goederen

De rubriek diensten en diverse goederen is verder onderverdeeld in zeven subcategorieën. In deze rubriek zijn alle kosten voor diensten en goederen terug te vinden die essentieel zijn voor het organiseren van het evenement, maar die niet het doel hebben om doorverkocht te worden.

Huur en huurlasten

Diensten en Diverse Goederen		
<i>Huur en huurlasten</i>		
Huur Terreinen		15 000,00
Huur Installaties en machines		500,00
Huur ICT-materiaal/Kopies/Faxen		1.800,00
Huur en vergunning radioposten		1.000,00
Huur keukenmateriaal/koelcellen		6.000,00
Huur Bureelcontainers WC/ Douches /Kassa's		947,50
Huur bewegwijzeringskosten		4.000,00
Huur VIP-tent		55 000,00
Huur verwarmingsinstallaties tenten		10.000,00
Huur Rollend Materieel		5.000,00
Huur tribunes		15.000,00
Huur materialen Welcome Center/ Unit		5.000,00
Vuilbakken en stortcontainers		6.000,00

Huur en huurlasten vormen alle materialen die gedurende de periode van de organisatie van het evenement gehuurd worden. De belangrijkste posten in deze rubriek zijn huur van terreinen, huur van de VIP-tent, huur verwarmingsinstallaties tenten en huur tribunes.

Divers onderhoud en herstellingen

<i>Divers onderhoud en herstellingen</i>		
Opbouw circuit		7.500,00
Aanleg circuit		20.000,00
Omheiningen/ Nadars/ Afsluitingen		15.000,00

Besproeiing terrein - aanleg		6.500,00
Douches en WC's paddock Publiek		30.000,00
Schoonmaakwerkzaamheden		2.000,00

De meeste kosten onder de rubriek divers onderhoud en herstellingen worden gemaakt voor de opbouw, aanleg en afsluiting van het circuit. Maar de grootste kost is wel voor de douches en WC's. Aangezien het evenement het hele weekend duurt en mensen tickets kunnen kopen om op het terrein te overnachten, zullen er extra toiletten en douches voorzien worden. Daarnaast zijn er ook nog de kosten voor schoonmaakwerkzaamheden tijdens en na het evenement.

Leveringen aan de onderneming

<i>Leveringen aan de onderneming</i>		
Aansluiting elektriciteit / telefoon / audio / video		50.000,00
Brandstof machines		12.500,00
Klein materiaal logistiek		1.000,00
Klein materiaal circuit		500,00

De aansluiting voor elektriciteit, telefoon, audio en video is veruit de grootste kostenpost van leveringen aan de onderneming. Een afgelegd terrein voorzien van alle faciliteiten is dan ook geen sinecure en vraagt een grote inspanning. Brandstof voor de gehuurde machines vormt de tweede grote kostenpost.

Vergoedingen aan derden

<i>Vergoedingen aan derden</i>		
Erelonen		3.000,00
Rechten en bijdragen BMB		14.000,00
Rechten en bijdragen VMBB		60.000,00
Rechten en bijdragen Youthstream		500.000,00
Travel costs teams		100.000,00
Medische diensten		9.430,00
Dokters, stewards, helpers		5.230,00
Security en Bewaking		12 000,00
Vervoer De Lijn		20.000,00
Diverse Diensten		3.200,00
Verzekeringen diverse		7.500,00
Varia onkosten		7 500,00

De organisatie van grote evenementen vraagt een samenwerking tussen verschillende organisaties en mensen. Veel van deze organisaties en medewerkers hebben recht op een vergoeding. Ten eerste zijn er de medische diensten en dokters. Ten tweede zijn er ook mensen

die instaan voor de veiligheid zoals stewards, bewaking en security. Een derde grote kost is de overeenkomst met De Lijn voor het inleggen van bussen die bezoekers van het evenement vervoeren. Ten vierde zijn de grootse kosten de rechten en bijdragen aan de verschillende overkoepelende organisaties. De Belgische Motorrijdersbond (BMB) en Vlaamse Motor Bond van België ontvangen beide een bijdrage. De grootste bijdrage is echter voor Youthstream, de organisatie die de rechten beheert van de Motorcross der Naties. Net als bij de Olympische Spelen waar het IOC een *fee* ontvangt, krijgt ook Youthstream een gelijkaardige *fee* van €500.000,00 voor het organiseren van de Motorcross der Naties.

Diverse diensten

<i>Diverse diensten</i>		
Advertenties/Programmaboekjes		5 000,00
Advertising en promotie - Productie		10 000,00
Website		3.500,00
Advertising en promotie - boekingen		50 000,00
Hotels Youthstream		25.000,00
Reis-en verplaatsingskosten		10.000,00
Voedings-en drankkosten medewerkers		20.000,00
Overnachtingskosten medewerkers		6.000,00
Vrijwilligersvergoedingen Clubs		30.000,00
Animatie Campingparty		4.000,00
Aankoop en bedrukking T-shirts/hemden/petten		10 000,00

Diverse diensten omvat alle diensten van bedrijven en verenigingen in verband met de organisatie. Hier vallen onder andere alle kosten van promotie en advertising onder. Ook de kosten van de medewerkers voor eten, drank en overnachting worden hierin opgenomen. Hieruit kan afgeleid worden dat Youthstream ook accommodatie krijgt op kosten van de organisatie. Verder komen er tijdens een evenement veel vrijwilligers werken. De lokale clubs die vrijwilligers leveren, krijgen hier van de organisatie een vergoeding voor.

Telefoon en postkosten

<i>Telefoon en postkosten</i>		
Postkosten		2.000,00
Telefoon		10.000,00

Alle kosten voor telefoon en post zijn onder deze rubriek terug te vinden.

Uitzendkrachten en dergelijke

<i>Uitzendkrachten en dergelijke</i> Uitzendkrachten		10 000,00
---	--	-----------

Gezien het tijdelijke karakter van de Motorcross der Naties wordt gebruik gemaakt van uitzendkrachten. De vergoeding voor deze werkkrachten bedraagt €10.000,00.

4.2.2.1.3 Andere bedrijfskosten

Andere bedrijfskosten <i>Bedrijfsbelastingen</i> Registratierechten Sabam, billijke vergoeding en reprobel		100,00 1.000,00
--	--	--------------------

Onder de andere bedrijfskosten zijn kosten terug te vinden in verband met registratierechten en andere beschermde rechten.

4.2.2.1.4 Financiële kosten

Financiële kosten Kosten op R/C		5.000,00
---	--	----------

Voor de organisatie van de Motorcross der Naties wordt een rekening geopend waar alle financiële transacties op gebeuren. Wegens het verschil in timing van de inkomsten en de kosten kan er soms een tijdelijk tekort op deze rekening zijn. Aan de bank wordt dan een vergoeding betaald om dit tijdelijke tekort te dragen om dit dan later aan te vullen wanneer er voldoende inkomsten zijn.

4.2.2.2 Opbrengsten

De opbrengsten zijn onderverdeeld in enerzijds de omzet en anderzijds de ontvangen subsidies. De elementen van beide rubrieken van opbrengsten worden in onderstaande paragrafen verder toegelicht.

4.2.2.2.1 Omzet

Omzet Ticketverkoop Kassa's Inkomsten Sponsoring Inkomsten Food & Beverage	390.566,04 55.000,00 40,000,00	9.000,00
--	--------------------------------------	----------

Inkomsten Drank	100.000,00	
Inkomsten Programmaboekjes	7.500,00	
Inkomsten Camping	20.000,00	
Inkomsten Vending Area	10.000,00	
Inkomsten VIP Silver	35.000,00	
Inkomsten VIP Gold	150.000,00	
Afdracht YS VIP Silver		12.500,00
Afdracht YS VIP Gold		51 000,00

De omzet van de Motorcross der naties is vooral afhankelijk van de ticketverkoop, inkomsten van drank en de inkomsten uit de VIP-arrangementen. Verder zijn ook de verkoop van voedsel en drank en sponsoring belangrijke inkomstenbronnen. Opvallend is dat Youthstream buiten de fee en hotelovernachtingen ook een deel van de inkomsten uit de VIP-arrangementen ontvangt. Daarnaast zijn er geen inkomsten voor tv-rechten opgenomen in de begroting, wat waarschijnlijk wil zeggen dat ook die in handen zijn van Youthstream. Wel dienen er kritische vragen te worden gesteld bij de cijfers van de ticketverkoop. Volgens de Nota aan de Vlaamse Regering werden er tussen de 40.000 en de 45.000 toeschouwers verwacht (Vlaamse Regering, 2010), of gemiddeld 15.000 toeschouwers per dag (hoewel er meer toeschouwers op het zondagse slotevenement aanwezig zijn, dan op de kwalificaties daarvoor). In het infoboekje van de stad Lommel staan ticketprijzen van €70,00 voor volwassenen en €35,00 voor kinderen jonger dan 16 jaar vermeld (Lommel, 2012). Indien de €390.566,04 van inkomsten uit ticketverkoop gedeeld wordt door een prijs van €61,25 (gemiddelde prijs met 75% volwassenen en 25% kinderen jonger dan 16 jaar), kan het toeschouwersaantal bij benadering geschat worden op 6.377. Dat komt bij verre niet overeen met het aangekondigde aantal. Bijgevolg kan besloten worden dat er ofwel een onderschatting is van de inkomsten uit ticketverkoop (waardoor de noodzaak voor subsidies wegvalt) of een overschatting is van het aantal toeschouwers.

4.2.2.2.2 Subsidies

Subsidies		
Subsidies Lommel	125 000,00	
Subsidies Limburg	125.000,00	
Subsidies Vlaanderen	250.000,00	

Het tweede luik van opbrengsten zijn de subsidies. Samen staan deze in voor €500.000,00 en vormen dus een belangrijk onderdeel in de begroting van de Motorcross der Naties. De Vlaamse Regering heeft zich geëngageerd voor het inbrengen van €250.000,00. Op basis van de nota aan de Vlaamse Regering zal €200.000,00 hiervan bij ondertekening van het besluit van de

toekenning van de subsidie worden overgemaakt. De overige €50.000,00 wordt gereserveerd voor het einde van het evenement indien de afrekening de subsidie rechtvaardigt aan de hand van bewijsstukken. In ruil voor deze subsidie zal op alle promotiewerk van de Motorcross der Naties het label van Topsport Vlaanderen vermeld worden. Naast de subsidie van de Vlaamse Regering stellen ook de stad Lommel en de provincie Limburg een subsidie van elk €125.000,00 ter beschikking.

4.2.2.3 Resultaat

TOTAAL KOSTEN	0,00	1.298.707,50
TOTAAL OPBRENGSTEN	1.308.066,04	0,00
TOTAAL OPBRENGSTEN & KOSTEN	1.308.066,04	1.298.707,50
TOAAL RESULTAAT	9.358,54	

Bij het afwegen van de kosten en opbrengsten komen we op een positief resultaat van €9.358,54. Het totale budget van de Motorcross der Naties in Lommel ligt rond €1.300.000,00. De subsidies, die samen goed zijn voor €500.000,00, maken hier een belangrijk deel van uit. De grootste kost is de *fee* aan de overkoepelende organisatie Youthstream.

4.2.3 Maatschappelijke kosten-batenanalyse

Het document dat de Motorcross der Naties indiende om subsidies te verkrijgen, blijkt dus niet meer of niet minder dan een financiële begroting. Nu de financiële resultaten van de organisatie van de Motorcross der Naties in Lommel gekend zijn, kan er dieper worden ingegaan op de maatschappelijke nettobaten die subsidiesteun rechtvaardigen. Subsidies dienen immers niet om financiële tekorten weg te werken, maar om projecten te ondersteunen die een maatschappelijke return realiseren die niet te gelde kan gemaakt worden door de organisatie. Een MKBA geeft een overzicht van alle kosten en baten verbonden aan het evenement en analyseert aan welke belanghebbende die toekomen.

Uit de begroting valt af te leiden dat er drie subsidies werden toegekend, een subsidie van de Vlaamse regering, de provincie Limburg en de stad Lommel. Zoals tijdens de bespreking van de kosten-batenanalysemethode besproken werd, kunnen deze drie regio's ook de belanghebbenden vormen van een MKBA. In onderstaande paragrafen worden de belangrijkste kosten en baten beschreven die onderdeel hadden kunnen en moeten uitmaken van een MKBA

voor de Motorcross der Naties. Indien de organisatie via de begroting aantoont dat er een financieel tekort is, maar aan de hand van de MKBA kan beargumenteren dat de effecten op de regio groter en positief zijn, dan toont ze aan waarom het evenement in aanmerking komen voor subsidies. Indien er dankzij het evenement een maatschappelijke return wordt gerealiseerd, zal de overheid een inspanning doen om het financiële deficit weg te werken door middel van subsidies.

4.2.3.1 Kosten

Buiten de kosten gedragen door de organisatie moeten in een MKBA ook de kosten voor de samenleving in kaart worden gebracht. Bij de organisatie van de Motorcross der Naties kunnen er hoofdzakelijk drie maatschappelijke kosten worden geïdentificeerd. Zo is er de hinder voor de lokale samenleving, de milieuvervuiling en de effecten op de veiligheid.

4.2.3.1.1 Hinder lokale samenleving

Een evenement brengt mensen samen, maar deze samenkomst van mensen gaat vaak gepaard met verkeersdrukte en overlast. Sommige bewoners van de regio zullen hinder ondervinden en tijd verliezen door de files in de streek. De verhoogde drukte kan zelfs de bereikbaarheid van lokale handelszaken in het gedrang brengen, met omzetverlies en alle financiële gevolgen vandien. In het slechtste geval kan de gestegen verkeersdrukte zelfs leiden tot meer ongevallen, en dus extra materiële en immateriële schade.

Het moneteriseren van deze effecten kan gebeuren aan de hand van historische studies rond verkeersveiligheid. Het *Institute of Energy Economics and the Rational Use of Energy* geeft in de HEATCO-studie de *willingness to pay*-methode aan als een mogelijkheid voor het berekenen van de verloren tijd. De resultaten zullen aangeven hoeveel de verloren tijd in het verkeer waard is voor de bevolking. Er kan zelfs een opsplitsing worden gemaakt tussen personenvervoer en goederenvervoer (IER, 2006). Voor de kosten van verkeersonveiligheid maakt de studie een onderscheid tussen de graad van het ongeval. Zo zal het vermijden van een ongeval met een dodelijk slachtoffer een hogere waarde hebben dan een ongeval met enkel schade aan het voertuig. Gemiddeld wordt de waarde van het vermijden van een dodelijk slachtoffer in België geschat op ongeveer €1.600.000,00 (prijzen in 2002). (IER, 2006)

Geluidsoverlast zou een tweede hinder kunnen zijn voor de lokale bevolking. De motoren maken immers veel lawaai en mensen die in de buurt wonen kunnen dit als storend ervaren. De HEATCO-studie geeft een inschatting van het percentage van de lokale bevolking dat zich hard stoort aan geluidsoverlast per niveau van decibels en de kostenfactoren per persoon per jaar verbonden aan verschillende niveaus van geluidsoverlast, uitgedrukt in decibels. Indien deze gegevens toepast worden op de lokale bevolking van Lommel, kan er berekend worden wat de maatschappelijke kost is van de geluidsoverlast door de extra drukte (IER, 2006). De hinder van het evenement zelf kan op eenzelfde manier berekend worden.

Er worden twee effecten gelinkt aan geluidsoverlast: de mate waarin geluidsoverlast iemand stoort en gezondheidseffecten, voornamelijk door stress bij langdurige blootstelling aan geluidsoverlast. De monetaire kost van geluidshinder wordt bepaald aan de hand van de huizenmarkt. Er zal geanalyseerd worden hoeveel een huis waard is in een rustige omgeving en dit vergelijken met eenzelfde huis gelegen naast bijvoorbeeld een autostrade. Zo kan met afleiden wat de *willingness to pay* is voor het vermijden van de geluidsoverlast van de autostrade. (IER, 2006)

4.2.3.1.2 Milieuvervuiling

De verhoogde drukte brengt ook een tweede maatschappelijke kost met zich mee, namelijk milieuvervuiling. De vele campers en auto's die onderweg zijn naar de Motorcross der Naties, veroorzaken ook extra uitstoot en luchtvervuiling en zullen een negatieve impact hebben op het milieu. Daarnaast is het een motorcrossevenement en zullen er gedurende het hele weekend motoren draaien. Om de monetaire kost van de milieu-impact te kennen, moet eerst de extra uitstoot te berekend worden tijdens dit weekend. Indien dit gekend is, kan aan de hand van de waarde van emissies berekend worden wat de totale kost van de milieuvervuiling is (Projectburea VIA15, 2011). De waarde van emissies kan bepaald worden aan de hand van de effecten op de gezondheid, landbouw en andere materialen. De verandering in levensverwachting door de verhoogde uitstoot zal de basis vormen voor het monetariseren van de effecten van milieuvervuiling. Zo zal de extra uitstoot van 1 ton uitlaatgassen van voertuigen in het centrum van Lommel een kost meebrengen van ongeveer €440.000,00 (prijzen 2002). (IER, 2006)

4.2.3.1.3 Veiligheid

De Motorcross der Naties kan een potentieel maatschappelijk effect op gebied van veiligheid tot gevolg hebben. Dit effect is te vinden in het beschikbaar stellen van politie tijdens het evenement. De kosten van politie, de lonen, vormen reeds een bestaande kost in de ogen van de stad Lommel. Maar normaal zouden deze personen een andere opdracht krijgen. De kost verbonden aan de politie is in hoofde van de samenleving dus een opportuiniteitskost.

Voor de MKBA voor een eventueel Wereldkampioenschap Voetbal 2018 in België en Nederland werden verschillende methodes gebruikt bij het inschatten van de politiekosten. Zo wordt verwezen naar een gelijkaardige studie van het Wereldkampioenschap Voetbal in Duitsland waar het aantal overuren tijdens het evenement werd gebruikt als maatstaf. Daarnaast is ook een inschatting van veiligheidsexperts een optie (Berg et al., 2010).

De methode die gebruik maakt van de overuren stelt dat één overuur gepaard gaat met één uur reguliere politiewerk dat aan het evenement besteed wordt. Dus indien een agent 5 overuren presteert zal hij in totaal 10 uur voor het evenement hebben gewerkt, waarvan normaal 5 uur gewoon politiewerk waren. De kost die dan in rekening gebracht moet worden is het loon van de 10 uur die voor het evenement waren. Ook de 5 uur gewoon politiewerk moeten dus als opportuiniteitskost worden meegenomen in de berekening. De tweede methode op basis van de expertise van veiligheidsexperts zal aan de hand van vergelijkbare voorgaande evenementen een inschatting maken van de politiekosten. Daarnaast wordt ook de huidige situatie rond veiligheid in de berekening meegenomen. Zo zullen er nu meer politiemensen worden ingezet door de recente aanslagen en terreurdreiging. (Berg et al., 2010)

4.2.3.2 Baten

Naast de kosten zijn er natuurlijk ook maatschappelijke baten verbonden aan het organiseren van de Motorcross der Naties. De baten komen grotendeels overeen met de baten van de Olympische Spelen of het Wereldkampioenschap Voetbal, t.t.z. baten dankzij toerisme, mediawaarde, infrastructuur en beleving van de inwoners.

4.2.3.2.1 Toerisme

Dankzij het internationale karakter van de Motorcross der Naties zullen supporters van over de hele wereld afzakken naar Lommel. Deze supporters kunnen het evenement koppelen aan een

vakantie in de regio. De uitgaven van deze supporters in de regio aan hotelovernachtingen en in de lokale handelszaken betekent een boost voor de lokale economie en moet in kaart worden gebracht in een MKBA. Wel dient er rekening gehouden te worden met de *crowding out* effecten die besproken werden in het eerste deel. Door de gestegen prijzen en drukte zullen andere toeristen worden afgeschrikt (Preuss, 2006). De organisatie van de Motorcross der Naties stelt ook een camping ter beschikking van de toeschouwers, dit gaat natuurlijk ten koste van de hotels in Lommel. De inkomsten van de camping komen immers toe aan de organisatie en zullen geen extra opbrengsten voor de lokale economie betekenen. Om een inschatting te maken van de baten van toerisme worden meestal enquêtes en cijfers van lokale hotelverenigingen gebruikt (Meerwaarde Sport en Economie, 2010; UK Sport, 2014; Vogelaar, 2010; ZUYD, 2012). Aan de hand van deze gegevens kan er dan geanalyseerd worden wat de additionele impact is van de Motorcross der Naties. Deze enquêtes analyseren de bestedingen en karakteristieken van de bezoekers gedurende het evenement. Belangrijk is dat in eerste instantie bepaald wordt uit welke regio de bezoeker afkomstig is, zo kan het aantal additionele bezoekers gefilterd worden. Daarna zullen er ook andere vragen komen over de karakteristieken van de bezoeker zoals leeftijd, geslacht, opleidingsniveau en andere. Verder in de enquête volgen vragen in verband met overnachting indien dit van toepassing is. Er zal gevraagd worden naar het type van accommodatie en hoeveel ze hieraan per persoon hebben aan uitgegeven. Ook zal er gevraagd worden naar de dagbestedingen en zal er getracht worden deze in categorieën onder te verdelen (horeca, kleding, brandstof, etc.). Op het einde van de case naar het Belgisch Kampioenschap wielrennen zijn er twee enquêtes gegeven die als voorbeeld kunnen dienen.

4.2.3.2.2 Mediawaarde

Volgens de Nota aan de Vlaamse Regering wordt de Motorcross der Naties gevolgd door 200 journalisten. Er zijn live-uitzendingen in 60 landen en uitgestelde uitzendingen of samenvattingen in 120 landen. In totaal zouden er 45 miljoen potentiële kijkers zijn. Daarnaast zijn er ook nog de andere mediakanalen zoals websites, facebook en dergelijke die verslag uitbrengen (Vlaamse Regering, 2010). Via allerlei mediakanalen kan de regio zich dus profileren. De stad Lommel en Vlaanderen zullen dus vaak in het internationale nieuws komen en aan internationale belangstelling winnen. Voor de start van de Tour in Utrecht in 2015 werd er gebruikt gemaakt van een externe organisatie die het aantal verschenen artikels en dergelijke analyseerde om zo een waarde te bepalen voor Utrecht (Hover & Bakker, 2015). Zo zal het aantal vermeldingen en in beeld komen van de naam en het logo van Topsport Vlaanderen voor

de Vlaamse Regering de belangrijkste waardemeter worden bij het inschatten van de mediawaarde van de Motorcross der Naties.

Het analyseren de mediawaarde kan gebeuren door middel van de prijzen van reclameblokken. Indien de stad Lommel 30 seconden in beeld komt, kan de waarde hiervan geschat worden aan de hand van de kosten van een reclameblok van 30 seconden. Volgens de studie van United Media Agencies (UMA) zou een spot van 30 seconden gemiddeld zo'n €3.707,00 ofwel €21,2 per 1000 contacten kosten (United Media Agencies, 2016). Voor de Motorcross der Naties zou dit op basis van de 45 miljoen potentiële kijkers een mediawaarde van €954.000,00 betekenen.

4.2.3.2.3 Infrastructuur

Anders dan bij de Olympische Spelen vereist de Motorcross der Naties geen buitensporige uitgaven van de organiserende stad. Bepaalde wegenwerken of andere infrastructuurwerken kunnen wel in een stroomversnelling geraken dankzij het evenement. Maar vooral de sportinfrastructuur zal bij de Motorcross der Naties aandacht krijgen. De Nota aan de Vlaamse regering vermeldt ook duidelijk dat de stad Lommel en de provincie zullen bijdragen aan de verdere uitbouw van de beschikbare motorcrossterreinen in Lommel (Vlaamse Regering, 2010). De uitbouw van deze terreinen zal vooral effect hebben op de sportparticipatie en de prestaties van motorcrossers in Vlaanderen. Hoewel er kritisch gekeken wordt naar de effecten van sportevenementen op sportparticipatie is het interessant om deze effecten te analyseren (Vigor et al., 2004). Het waarden van bijvoorbeeld sportparticipatie kan gebeuren aan de hand van het gestegen aantal lidmaatschappen en de effecten van sportparticipatie op de kosten van gezondheidszorg. Indien er meer mensen sporten, zullen er voor de overheid minder kosten voor gezondheidszorg zijn, dit zal dan de geldwaarde voorstellen van de gestegen sportparticipatie. Een tweede voorbeeld is het effect op levensverwachting. Hoeveel stijgt de levensverwachting indien iemand aan die sport doet en wat is dit waard (Boonstra & Hermens, 2011)?

De waarde van een levensjaar in goede gezondheid wordt door de studie van Boonstra and Hermens (2011) geschat op €100.000,00. Daarnaast stellen ze ook dat sporters 25 dagen minder ziek zijn dan niet-sporters. Deze afwezigheid op het werk zorgt voor minder productiviteit die ook meegenomen moet worden in de maatschappelijke analyse van de effecten van sport. Er wordt gerekend met een gemiddelde arbeidsproductiviteit van €220,00 per dag. Sporters

zouden dus €5.500,00 productiever zijn dan niet-sporters. Als laatste wordt ook nog verwezen naar de betere resultaten op school en het minder rap in contact komen met het criminele milieu als mogelijk baten van sporten. (Boonstra & Hermens, 2011)

4.2.3.2.4 Beleving inwoners

Een sportevenement als de Motorcross der Naties kan door de lokale bevolking ervaren worden als een hele belevenis. Ze zijn trots en gelukkig dat hun stad zo'n evenement mag en kan organiseren. Ook dit gevoel moet in een MKBA in kaart worden gebracht. Bij het Belgisch Kampioenschap wielrennen is het niet gebruikelijk om toegangsprijzen te vragen omdat dit zich afspeelt op de openbare weg. Bij de Motorcross der Naties ligt dit anders. De Motorcross der Naties wordt gereden op een afgesloten circuit en toeschouwers dienen een ticket te kopen om toegang te krijgen. In het infoblad van Lommel staan ook geen aparte prijzen vermeld voor de inwoners van Lommel (Lommel, 2012). Ticketprijzen kunnen dus een eerste richtpunt vormen voor de *willingness to pay* van de inwoners van de regio. Aan de hand van enquêtes kan er verder geanalyseerd worden wat de geldwaarde voor de beleving van het organiseren van de Motorcross der Naties betekend voor de regio.

4.2.4 Conclusie

Als tweede case is de begroting van de Motorcross der Naties van 2012 in Lommel uitgewerkt. Voor de aanvraag van hun subsidie dienden zij een begroting in bij de Vlaamse Regering. Op basis van deze begroting werd een subsidie toegekend van €250.000,00. Daarnaast werd ook een subsidie verkregen van de provincie Limburg en de stad Lommel van elk €125.000,00. In dit hoofdstuk is getracht duidelijk te maken dat er op basis van een begroting geen correct beslissing kan gemaakt worden voor het toekennen van subsidies. Subsidies zijn immers belastinggeld en dus dient een sportevenement een meerwaarde te creëren voor de samenleving alvorens aanspraak te maken op een subsidie. Aan de hand van een MKBA kan er een inschatting worden gemaakt van zowel de private als de maatschappelijke kosten en baten. Alleen als de netto baten het financiële tekort van de organisatie overstijgen, en er dus een maatschappelijk rendement is, zal een subsidie ter waarde van het financiële tekort aanvaardbaar zijn. Louter instaan voor de financiële tekorten van evenement is niet het doel van subsidies. Een MKBA zorgt voor transparantie en kan de steun van de bevolking verwerven indien het evenement voldoende maatschappelijke baten realiseert.

De Motorcross der Naties was niet het eerste evenement dat werd gecontacteerd voor een MKBA. Na verschillende Vlaamse edities van het Belgisch Kampioenschap wielrennen werd ook de organisatie van het Wereldkampioenschap BMX te Zolder gevraagd naar hun medewerking. Ook deze organisatie was niet bereid cijfers vrij te geven. In België zijn er dus nog wel stappen te maken op gebied van transparantie en het opstellen van MKBA's. Het toegankelijk maken van cijfers zal de inzichten verbeteren wat zal leiden tot betere beleidsbeslissingen.

Bibliografie

- Allmers, S., & Maennig, W. (2009). Economic Impacts of the FIFA Soccer World Cups in France 1998, Germany 2006 and outlook for South Africa 2010. *Eastern Economic Journal*, 35(4), 500-519.
- B. De Brabander. (2005). *Investerings in verkeersveiligheid in Vlaanderen, Een handleiding voor kosten-batenanalyse*: LannooCampus.
- Baade, R., & Matheson, V. (2002). Bidding for the Olympics: Fool's Gold? *Transatlantic Sport: The Comparative Economics of North American and European Sports*, Edward Elgar Publishing, 127-151.
- Baade, R. A., & Matheson, V. A. (2004). The Quest for the Cup: Assessing the Economic Impact of the World Cup. *Regional Studies*, 38(4), 341-352.
- Barclay, J. (2009). Predicting the Costs and Benefits of Mega-Sporting Events: Misjudgement of Olympic Proportions? *Institute of Economic Affairs*, 62-66.
- Baumann, R., Engelhardt, B., & Matheson, V. A. (2011). Labor market effects of the World Cup: a sectoral analysis *International Handbook on the Economics of Mega Sporting Events* (pp. 386-400): Edward Elgar Publishing.
- Baumann, R., & Matheson, V. (2013). Infrastructure Investments and Mega-Sports Events: Comparing the Experience of Developing and Industrialized Countries. *College of the Holy Cross*, 13(05), 36.
- BBC. (2015). Premier League in record £5.14bn TV rights deal. Retrieved from <http://www.bbc.com/news/business-31379128>
- Berg, M. v. d., Nooij, M. d., & Koopmans, C. (2010). Kengetallen kosten-batenanalyse van het WK voetbal. *seo economisch onderzoek*.
- Billings, S. B., & Holladay, J. S. (2012). SHOULD CITIES GO FOR THE GOLD? THE LONG-TERM IMPACTS OF HOSTING THE OLYMPICS. *Economic Inquiry*, 50(3), 754-772. doi:10.1111/j.1465-7295.2011.00373.x
- BK Geel. (2012). Belgisch Kampioenschap Wielrennen 2012. Retrieved from http://isb.colo.ba.be/doc/Pres/2012/Presentatie_sessie_8B_BK_Geel.pdf
- Boardman, A. E., Greenberg, D. H., Vining, A. R., & Weimer, D. L. (2001). *Cost-benefit analysis: concepts and practice*: Pearson Education.
- Boonstra, N., & Hermens, N. (2011). De maatschappelijke waarde van sport: Een literatuurreview naar de inverdieneffecten van sport. *De Sportbank*.
- Brasil 2016. (2015). 500 days: EMBRATUR expects up to 400 thousand foreign visitors at the Games. *Official Federal Government Portal about the 2016 Olympic and Paralympic Games*.
- Brown, D., & Szymanski, S. (2011). The employment effects of London 2012: an assessment in mid-2011 *International Handbook on the Economics of Mega Sporting Events*: Edward Elgar Publishing.

- Brunet, F. (1995). An economic analysis of the Barcelona '92 Olympic Games: resources, financing and impact. *Miquel de Moragas & Miquel Botella, The Keys to Success: the social, sporting, economic and communications impact of Barcelona '92, Barcelona: Servei de Publicacions de la UAB, 203-237.*
- Chapman, B. (2016). Rio 2016: The richest Games in 120 years of Olympic history. Retrieved from <http://www.independent.co.uk/news/business/analysis-and-features/rio-2016-olympic-games-richest-ever-usain-bolt-mo-farah-a7171811.html>
- Coates, D., & Humphreys, B. (2001). The Effect of Professional Sports on Earnings and Employment in the Services and Retail Sectors in U.S. Cities. *Department of Economics, University of Maryland Baltimore County.*
- Cobbaert, P. (2016). Het verdriet van Brugge. *Deze Week*, pp. 4-5.
- Comission of the European Communities. (2007). White paper on sport. *SEC(2007) 934.*
- Commission, E. (2008). Definition of Sport - Version 2.0 ("Vilnius Definition 2.0) according to CPA 2008. *EU-Working-Group.*
- Commission, E. (2010). Sport Satellite Accounts. *A European Project: First Results(Issue 1).*
- Cornelissen, S., & Maennig, W. (2010). On the Political Economy of 'Feel Good' Effect at Sport Mega-events: Experiences from FIFA Germany 2006 and Prospects for South Africa 2010. *Alternation, 17(2), 96-120.*
- D. Van Reeth. (2011). Television demand for the Tour de France: the importance of outcome uncertainty, patriotism and doping. *HUB Research Papers, 15.*
- Dailey, J., & Marani, M. (2016). Every 2016 Olympic venue in Rio de Janeiro, mapped. Retrieved from <http://www.curbed.com/maps/rio-olympics-map-venues>
- De Redactie. (2007). Per maand 13.000 Chinezen huis uit door Spelen. Retrieved from <http://www.hln.be/hln/nl/1306/Olympische-Spelen/article/detail/93535/2007/12/05/Per-maand-13-000-Chinezen-huis-uit-door-Spelen.dhtml>
- De Redactie. (2015). België overweegt miljoenenclaim tegen FIFA. Retrieved from <http://www.hln.be/hln/nl/32702/KBVB/article/detail/2362954/2015/06/18/Belgie-overweegt-miljoenenclaim-tegen-FIFA.dhtml>
- De Redactie. (2016). De koers in Vlaanderen was nog nooit zo populair. Retrieved from <http://www.hln.be/hln/nl/952/Wielrennen/article/detail/2625517/2016/02/23/De-koers-in-Vlaanderen-was-nog-nooit-zo-populair.dhtml>
- Dejonghe, T. (2015a). Sport en economie: samen in de spits (pp. 63-90): Arko Sports Media.
- Dejonghe, T. (2015b). Sport en Economie: samen in de spits (pp. 529-531): Arko Sports Media.
- Du Plessis, S. A., & Venter, C. (2010). The home team scores! A first assessment of the economic impact of World Cup 2010. *Stellenbosch Economic Working Papers, 21/10.*

- Dwyer, L., & Forsyth, P. (2009). Public sector support for special events. *Eastern Economic Journal*, 35(4), 481-499.
- Ernst & Young LLP. (2015). *The Premier League: Economic Impact Analysis*. Retrieved from [http://www.ey.com/Publication/vwLUAssetsPI/EY-The-Premier-League-Economic-Impact-Analysis-May-2015/\\$FILE/EY-The-Premier-League-Economic-Impact-Analysis-May-2015.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssetsPI/EY-The-Premier-League-Economic-Impact-Analysis-May-2015/$FILE/EY-The-Premier-League-Economic-Impact-Analysis-May-2015.pdf):
- ETOA. (2006). Olympic Report. Retrieved from <http://www.etoa.org/docs/default-source/Reports/ETOA-reports/2006-etoa-olympic-report.pdf?sfvrsn=2>
- European Commission. (2012). Study on the contribution of sport to economic growth and employment in the EU. *European Commission, Directorate-General Education and Culture*.
- European Commission. (2014). Guide to Cost-Benefit Analysis of Investment Projects. *Economic appraisal tool for Cohesion Policy 2014-2020*. Retrieved from http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docgener/studies/pdf/cba_guid e.pdf
- European Commission. (2016). Study on national Sport Satellite Accounts (SSAs) in the EU.
- Faber, T., & Mulders, E. (2012). Een kennismaking met de maatschappelijke kosten-batenanalyse (MKBA) Handreiking voor beleidsmakers. *Rijksoverheid*.
- Fedderson, A., Grötzinger, A. L., & Maennig, W. (2009). Investment in Stadia and Regional Economic Development - Evidence from FIFA World Cup 2006. *International Journal of Sport Finance*, 4:4, 221-239.
- Fedderson, A., & Maennig, W. (2010a). Mega-Events and Sectoral Employment: The Case of the 1996 Olympic Games. *Hamburg Contemporary Economic Discussions*, 35.
- Fedderson, A., & Maennig, W. (2010b). Sectoral Labour Market Effect of the 2006 FIFA World Cup. *Hamburg Contemporary Economic Discussions*, 33.
- FIFA. (2009). Brazil 2014 host cities confirmed. Retrieved from <http://www.fifa.com/about-fifa/news/y=2009/m=5/news=brazil-2014-host-cities-confirmed-1064818.html>
- Finer, J. (2002). The grand illusion. *Far Eastern Economic Review*, 7, 32-36.
- Focus. (2014). Wielsbeke verwacht zo'n 25 000 toeschouwers. Retrieved from <http://www.focus-wtv.be/sport/wielsbeke-verwacht-zon-25000-toeschouwers>
- Fourie, J., & Santana-Gallego, M. (2010). The impact of mega-events on tourist arrivals. *Stellenbosch Economic Working Papers*, 20/10.
- Foxsports. (2015). Rio 2016 Olympic ceremonies to be low-budget. Retrieved from <http://www.foxsports.com/olympics/story/rio-2016-olympic-ceremonies-low-budget-fernando-meirelles-filmmaker-sanitation-092215>)

- Garcia, F. (2016). Rio 2016: Protesters hit with tear gas by police prior to opening ceremony. Retrieved from <http://www.independent.co.uk/sport/olympics/rio-2016-olympic-protesters-tear-gas-police-brazil-a7175271.html>
- Geel. (2012). Gratis BK-tickets vliegen de deur uit. Retrieved from <http://www.geel.be/nieuwsdetail.aspx?id=1395>
- Giesecke, J., & Madden, J. (2007). The Sydney Olympics, seven years on: an ex-post dynamic CGE assessment. *Monash University CoPS/IMPACT Working Paper, Number G-168*.
- Goodman, R., & Stern, R. (1994). Chicago Hosts Opening Game of World Cup. *Illinois Parks and Recreation, 25* (3).
- Gool, W. v., Oldenboom, E., Ratgers, L., & Schendel, A. v. (2009). La Vuelta Drenthe Holanda: Beleving en economische impact. *Gedeputeerde Staten Provincie Drenthe*.
- Guardian, T. (2014). South Africa spent £2.4bn to host the 2010 World Cup. What happened next? Retrieved from <https://www.theguardian.com/football/2014/sep/23/south-africa-2010-world-cup-what-happened>
- Gyselbrecht, H. (2011). *De economische impact van sportevenementen: de case van het WK voetbal in Zuid-Afrika*. (Master), Universiteit Gent.
- Hagn, F., & Maennig, W. (2007). Short-term to long-term employment effects of the Football World Cup 1974 in Germany. *IASE/NAASE Working Paper Series, 07(21)*.
- Hagn, F., & Maennig, W. (2009). Labour Market Effects of the 2006 Soccer World Cup in Germany. *Applied Economics, 41(25)*, 3295-3302.
- HLN. (2010). Meer toeschouwers dan verwacht op BK in Leuven. Retrieved from <http://www.hln.be/hln/nl/952/Wielrennen/article/detail/1125782/2010/06/27/Meer-toeschouwers-dan-verwacht-op-BK-in-Leuven.dhtml>
- Hotchkiss, J., Moore, R., & Zobay, S. (2003). Impact of the 1996 Summer Olympic Games on Employment and Wages in Georgia. *Southern Economic Journal, 69(3)*, 691-704.
- Hover, P., & Bakker, S. (2015). Grand Départ Utrecht 2015: Economische impact en beleving. *Mulier Instituut*.
- Humphreys, B. (2009). Prime Numbers: Rings of Gold, Who's cashing in on the Olympic gold. *Foreign Policy*.
- Humphreys, J., & Plummer, M. (2005). The Economic Impact on the State of Georgia of Hosting the 1996 Summer Olympic Games. *Athens: Selig Center for Economic Growth at the University of Georgia*.
- IER. (2006). *HEATCO - Developing Harmonised European Approaches for Transport Costing and Project Assessment*. Retrieved from http://heatco.ier.uni-stuttgart.de/HEATCO_D5.pdf
- International Monetary Fund (IMF). (2004). World Economic Outlook: Advancing Structural Reforms.

- IOC. (2012). London 2012 Global Broadcast Report. Retrieved from https://stillmed.olympic.org/Documents/IOC_Marketing/Broadcasting/London_2012_Global_Broadcast_Report.pdf
- IOC. (2015). Olympic Charter, 105. Retrieved from https://stillmed.olympic.org/Documents/olympic_charter_en.pdf
- Jasmand, S., & Maennig, W. (2008). Regional Income and Employment Effects of the 1972 Munich Summer Olympic Games. *Regional Studies*, 42(7), 991-1002.
- Kasimati, E. (2003). Economic Aspects and the Summer Olympics: a Review of Related Research. *International Journal of Tourism Research*, 5, 433-444.
- Kasimati, E. (2015). Post-Olympic Use of the Olympic Venue: The Case of Greece. *Athens Journal of Sports*, 2(3), 17.
- Kavetsos, G., & Szymanski, S. (2010). National Wellbeing and International Sports Event. *Journal of Economic Psychology*. doi:10.1016/j.joep.2009.11.005
- KBWB. (2015). Belgische Kampioenschappen 2015-2019: Algemene lastenvoorwaarden.
- KBWB. (2016a). BK Dames Elite uitslag. Retrieved from http://uitslagen.kbwb-rlvb.com/index_bestanden/pdf2016/BKDAMESELITEUITSLAG.pdf
- KBWB. (2016b). BK Heren Elite uitslag. Retrieved from http://uitslagen.kbwb-rlvb.com/index_bestanden/pdf2016/BKELITEUITSLAG.pdf
- Kesenne, S. (2012). The economic impact, cost and benefits of the FIFA World Cup and the Olympic Games: who wins, who loses? *International Handbook on the Economics of Mega Sporting Events*: Edward Elgar Publishing.
- Knack. (2011). Wielrijdersbond geeft organisatoren druk bezochte BK een pluim. Retrieved from <http://kw.knack.be/west-vlaanderen/sport/wielrijdersbond-geeft-organisatoren-druk-bezochte-bk-een-pluim/article-normal-119797.html>
- Knack. (2016). EK 2016: Hel breekt los na gelijkmaker van Rusland. Retrieved from <http://www.knack.be/nieuws/wereld/ek-2016-hel-breekt-los-na-gelijkmaker-van-rusland/article-normal-715447.html>
- Lee, C., & Taylor, T. (2005). Critical reflections on the economic impact assessment of a mega-event: the case of 2002 Fifa World Cup. *The Journal of Tourism Management*, 26(4), 595-603.
- Lommel. (2012). Info Lommel. (nummer 173 - september).
- Long, J. G. (2012). Tour de France: a taxpayer bargain among mega sporting events? *International Handbook on the Economics of Mega Sporting Events*: Edward Elgar Publishing.
- MADE4IT. (2015). Antwerpen - Grand Départ du Tour de France 2020. *Initiële Kosten-Baten Analyse - Kandidatuurstelling evaluatiefase*.

- Maennig, W., & Porsche, M. (2008). The Feel-Good Effect at Mega Sports Events. Recommendations for public and private administration informed by the experience of the FIFA World Cup. *Hamburg Contemporary Economic Discussions*, 18.
- Matheson, V. A., & Baade, R. A. (2004). Mega-Sporting Events in Developing Nations: Playing the Way to Prosperity. *The South African Journal of Economics*, 72(5), 1085-1096.
- McKelvey, S., & Grady, J. (2008). Sponsorship Program Protection Strategies for Special Sport Events: Are Event Organizers Outmaneuvering Ambush Marketers? *Journal of Sport Management*(22), 16.
- Meerwaarde Sport en Economie. (2010). *Giro d'Italia in Amsterdam: Economische impact en beleving*. Retrieved from
- Meyer, G. MXoN history. Retrieved from <http://www.mxgp.com/news/mxon-history>
- NBB. (2014). Nationale rekeningen. Retrieved from <https://www.nbb.be/nl/statistieken/nationale-regionale-rekeningen/esr-2010>
- Newman, E. (2012). Delivering Transport for the London 2012 Games. *Olympic Delivery Authority*, 150.
- Owen, J. G. (2005). Estimating the Cost and Benefit of Hosting Olympic Games: What Can Beijing Expect from Its 2008 Games? *The Industrial Geographer*, 3(1), 1-18.
- Phillips, D. (2016). Days before the Olympics, Rio families say goodbye to their homes. *The Washington Post*. Retrieved from https://www.washingtonpost.com/world/the_americas/the-favela-next-to-rios-new-olympic-park-that-fought-to-survive-and-lost/2016/08/01/fc8496ce-55c2-11e6-b652-315ae5d4d4dd_story.html?utm_term=.b25f3b365657
- Plessis, S. A. D., & Maennig, W. (2011). The 2010 World Cup High-Frequency Data Economics: Effect on International Awareness and (Self-Defeating) Tourism. *Hamburg Contemporary Economic Discussions*, 37.
- Preuss, H. (2006). *The Economics of Staging the Olympics. A Comparison of the Games 1972-2008*: Edward Elgar Publishing.
- Projectburea VIA15. (2011). Maatschappelijke kosten-batenanalyse (MKBA): Beter bereikbaarheid door een robuust wegennetwerk in de regio Arnhem-Nijmegen.
- Reeth, D. V., & Larson, D. J. (2016). The Economics of Professional Road Cycling. *Sports Economics, Management and Policy*, 11.
- Richter, F., & Maennig, W. (2012). Export and Olympic Games: Is There a Signal Effect? *Journal of Sports Economics*, 13(6).
- Rihlamvu, E. (2011). 2010 FIFA Soccer World Cup. Retrieved from www.africa-ata.org/sports.html
- Rose, A. K., & Spiegel, M. M. (2009). The Olympic Effect. *NBER Working Paper Series*, No. 14854.
- Scheerder, J., Vandermeerschen, H., Borgers, J., & Thibaut, E. (2013). Vlaanderen sport!: Vier decennia sportbeleid en sportparticipatie. *Gent: Academia Press*.

- SD Events Ltd. (2017). What is the Motocross of Nations? Retrieved from <http://www.mxon17.com/home>
- Serrure, B. (2017). De cash van de koers: Het volksfeest dat geen vetpot is. Retrieved from <http://www.tijd.be/dossier/wereldbeker/De-cash-van-de-koers/9878947>
- Solberg, H., & Preuss, H. (2007). *Why mega sports events become more expensive than planned*. Paper presented at the European Association for Sport Management (EASM) conference presentation, Turin.
- South African Tourism. (2005). 2010 Soccer World Cup Tourism Organising Plan. *Department of Environmental Affairs & Tourism, Republic of South Africa*.
- Statbel. (2016). Wettelijke bevolking per gemeente op 1 januari 2016. Retrieved from http://statbel.fgov.be/nl/modules/publications/statistiques/bevolking/bevolking_-_cijfers_bevolking_2010_-_2012.jsp
- Sterken, E. (2012). Economic impact of organizing large sporting events *International handbook on the economics of mega sporting events* (pp. 336-354): Edward Elgar Publishing.
- Szymanski, S. (2002). The Economic Impact of the World Cup. *World Economics*, 3(1), 169-177.
- Taks, M., Kesenne, S., Chalip, L., & Green, B. C. (2011). Economic Impact Analysis Versus Cost Benefit Analysis: The Case of a Medium-Sized Sport Event. *International Journal of Sport Finance*, 6(3), 187-203.
- Tervuren. (2015). Wie wordt Belgisch kampioen wielrennen? *Tervuren info*, 45ste jaargang.
- Tvlux. (2013). La Roche: 15 000 spectateurs au championnat de Belgique cycliste. Retrieved from https://www.tvlux.be/video/sport/la-roche-15-000-spectateurs-au-championnat-de-belgique-cycliste_13751.html
- UK Sport. (2014). Impact of the UK stages of the Tour de France 2014. Retrieved from https://www.uksport.gov.uk/~media/files/resources/tdfhub2014/tdf_full_report.pdf?la=en
- United Media Agencies. (2016). Evolutie van de ruimtekost in de reclame van 2011 tot 2016.
- Veal, A. J., Toohey, K., & Frawley, S. (2012). The sport participation legacy of the Sydney 2000 Olympic Games and other international sporting events hosted in Australia. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, 4(2), 155-184. doi:0.1080/19407963.2012.662619
- Verhaaren, J. (2001). Oriënterend onderzoek NK wielrennen: De economische en promotionele effecten van een sportevenement in Nijmegen.
- Vigor, A., Mean, M., & Tims, C. (2004). After the Gold Rush: A sustainable Olympics for London. *Demos & ippr*.
- Vlaamse Regering. (2010). Nota aan de Vlaamse Regering VR 2011 0212 DOC. 1214/1-4.

- Vlieger, J. D., & Jacobs, H. (2016). De Grote Wielerenquête: Jeugd nog amper geïnteresseerd in koers. *Het Nieuwsblad*. Retrieved from http://www.nieuwsblad.be/cnt/dmf20160223_02145404
- Vogelaar, D. (2010). Economische impact Le Grand Départ du Tour de France 2010. *Hogeschool Rotterdam*.
- Voigt, K. (2010). Is there a World Cup economic bounce. Retrieved from <http://edition.cnn.com/2010/BUSINESS/06/11/business.bounce.world.cup/index.html>
- Von Rekowsky, R. (2013). Are the Olympics a Golden Opportunity for Investors. *Leadership series Investment Insights*.
- VSV. (2015). Fietsgemeente/Fietsstad 2015. *Realisaties voor een sterk fietsbeleid in Vlaanderen*. Retrieved from <http://www.fietsberaad.be/Kennisbank/Bijlagen/187615-VSV-Brochure-FietsgemeenteFietsstad 2015-interactief.pdf>
- Weed, M., Coren, E., Fiore, J., Mansfield, L., Wellard, I., Chatziefstathiou, D., & Dowse, S. (2009). A Systematic Review of the Evidence Base for Developing a Physical Activity and Health Legacy from the London 2012 Olympic and Paralympic Games. *Centre for Sport, Physical Education & Activity Research (SPEAR) Canterbury Christ Church University*.
- Zimbalist, A. S. (2016). *Circus maximus : the economic gamble behind hosting the Olympics and the World Cup* (2nd edition. ed.). Washington, D.C.: Brookings Institution Press.
- Zonzilos, N., Demian, E., Papadakis, E., Paratsiokas, N., & Danchev, S. (2015). The impact of the 2004 Olympic Games on the Greek economy. *Foundation for Economic & Industrial Research*.
- ZUYD. (2012). Economische impact WK Wielrennen 2012 . *ZUYD Hogeschool, NHTV & Mulier Instituut, Economische impact, beleving onder lokale bevolking en promotionele waarde*.

Auteursrechtelijke overeenkomst

Ik/wij verlenen het wereldwijde auteursrecht voor de ingediende eindverhandeling:
De sociaal-economische impact van sportevenementen

Richting: **master in de toegepaste economische wetenschappen-accountancy en financiering**

Jaar: **2017**

in alle mogelijke mediaformaten, - bestaande en in de toekomst te ontwikkelen - , aan de Universiteit Hasselt.

Niet tegenstaand deze toekenning van het auteursrecht aan de Universiteit Hasselt behoud ik als auteur het recht om de eindverhandeling, - in zijn geheel of gedeeltelijk -, vrij te reproduceren, (her)publiceren of distribueren zonder de toelating te moeten verkrijgen van de Universiteit Hasselt.

Ik bevestig dat de eindverhandeling mijn origineel werk is, en dat ik het recht heb om de rechten te verlenen die in deze overeenkomst worden beschreven. Ik verklaar tevens dat de eindverhandeling, naar mijn weten, het auteursrecht van anderen niet overtreedt.

Ik verklaar tevens dat ik voor het materiaal in de eindverhandeling dat beschermd wordt door het auteursrecht, de nodige toelatingen heb verkregen zodat ik deze ook aan de Universiteit Hasselt kan overdragen en dat dit duidelijk in de tekst en inhoud van de eindverhandeling werd genotificeerd.

Universiteit Hasselt zal mij als auteur(s) van de eindverhandeling identificeren en zal geen wijzigingen aanbrengen aan de eindverhandeling, uitgezonderd deze toegelaten door deze overeenkomst.

Voor akkoord,

Smolders, Kristof

Datum: **22/08/2017**